

THÚC ĐẨY THỰC HIỆN TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI TRONG CÁC DOANH NGHIỆP TƯ NHÂN CỦA VIỆT NAM

ThS. Hoàng Thị Thu Trang

Trường Đại học Lao động - Xã hội

tranghtt82@gmail.com

ThS. Mai Thị Nga

Trường Đại học Lao động - Xã hội

mainga.uls@gmail.com

ThS. Mai Thị Hà

Trường Đại học Lao động - Xã hội

hamaiulsa@gmail.com

Tóm tắt: Nghiên cứu được thực hiện nhằm đánh giá công tác thực hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp tư nhân ở Việt Nam trong thời gian gần đây. Các dữ liệu trong bài viết được nhóm nghiên cứu thu thập từ báo cáo tình hình lao động các năm 2020, 2021 và 2022 của Tổng cục Thống kê và sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính để phân tích các số liệu thứ cấp, đánh giá thực trạng thực hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp tư nhân Việt Nam ở các khía cạnh kinh tế, tạo công ăn việc làm và cải thiện đời sống cho người lao động, trao quyền cho phụ nữ, chương trình an sinh xã hội và đạo đức trong kinh doanh. Kết quả cho thấy doanh nghiệp tư nhân chưa thực hiện tốt trách nhiệm về bảo vệ môi trường, với Nhà nước và người lao động, đối với người tiêu dùng. Trên cơ sở đó bài viết đề xuất những giải pháp nhằm thúc đẩy thực hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp tư nhân Việt Nam trong thời gian tới.

Từ khóa: doanh nghiệp tư nhân, trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp, Việt Nam.

PROMOTING SOCIAL RESPONSIBILITY OF PRIVATE ENTERPRISES IN VIETNAM

Abstract: The study was conducted to evaluate the performance of social responsibility of private enterprises in Vietnam in recent time. The data in the article was collected from the reports on the labor situation in 2020, 2021 and 2022 of the General Statistics Office and used qualitative research method to analyze secondary data, assess the status of social responsibility implementation of Vietnamese private enterprises in economic aspects, job creation and improvement in the lives of workers, women's empowerment, social security program and business ethics. The results show that private enterprises have not performed well in their responsibilities for environmental protection, with the State, employees, and consumers. On that basis, the article proposes solutions to promote the implementation of social responsibility of Vietnamese private enterprises in the coming time.

Keywords: private enterprise, corporate social responsibility (CSR), Vietnam.

Mã bài báo: JHS - 122

Ngày nhận bài sửa: 12/6/2023

Ngày nhận bài: 10/5/2023

Ngày duyệt đăng: 20/06/2023

Ngày nhận phản biện: 25/5/2023

1. Đặt vấn đề

Thuật ngữ trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp đã xuất hiện cách đây khoảng 70 năm, khi Howard R. Bowen đưa ra với mục tiêu ban đầu nhằm tuyên truyền và kêu gọi người quản lý tài sản không làm tổn hại đến các quyền và lợi ích của người khác, kêu gọi lòng từ thiện nhằm bồi hoàn những thiệt hại do các doanh nghiệp làm tổn hại cho xã hội. Theo đó, nhà kinh tế học người Mỹ cũng đã định nghĩa trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp là *"nghĩa vụ của doanh nhân để theo đuổi các chính sách, ra các quyết định hoặc thực hiện chuỗi các hoạt động được xã hội mong đợi, xét về mục tiêu và giá trị"*. Điểm cốt lõi của khái niệm này là sự quan tâm của doanh nghiệp đối với các vấn đề về phúc lợi xã hội (Bowen, 1953).

Mặc dù khái niệm CSR đã được sử dụng trên phạm vi toàn cầu, nhưng đối với những doanh nghiệp Việt Nam nói chung và doanh nghiệp tư nhân nói riêng, thuật ngữ CSR vẫn còn khá mới (Phương, 2009). Hiện nay, sự nhận thức về CSR giữa các doanh nghiệp rất khác nhau, phần lớn hiểu về CSR như là những hoạt động tài trợ hoặc mang tính từ thiện, dẫn đến việc thực hiện CSR khá hạn chế, chưa thật sự mang tính tự nguyện. Bên cạnh đó, rất nhiều doanh nghiệp tư nhân đã không thực hiện một cách nghiêm túc trách nhiệm xã hội của mình, thể hiện rõ ở các hành vi gian lận trong kinh doanh, không bảo đảm an toàn lao động, kinh doanh hàng kém chất lượng, cố ý gây ô nhiễm môi trường, vi phạm các quy định pháp luật về lương bổng, chế độ bảo hiểm, vấn đề an toàn lao động, xâm phạm quyền và lợi ích hợp pháp của người tiêu dùng, cố tình tăng giá, đầu cơ nhằm trục lợi trong điều kiện hiện nay (Thùy, 2012). Trong bối cảnh hiện nay, khi Việt Nam đang hội nhập sâu vào nền kinh tế thế giới, nếu doanh nghiệp không tuân thủ trách nhiệm xã hội thì sẽ không tiếp cận được với thị trường thế giới. Bên cạnh đó, thực tế có nhiều doanh nghiệp khi thực hiện trách nhiệm xã hội đã mang lại những hiệu quả thiết thực trong sản xuất kinh doanh. Mục tiêu của bài viết này là nhận định thực trạng CSR tại các doanh nghiệp tư nhân Việt Nam, qua đó đề xuất một số giải pháp nhằm thúc đẩy thực hiện CSR của doanh nghiệp tư nhân Việt Nam.

2. Tổng quan nghiên cứu

2.1. Khái niệm về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp

Bowen (1953) đưa ra khái niệm về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp *"là nghĩa vụ của doanh nhân để theo đuổi các chính sách, ra các quyết định hoặc thực hiện chuỗi các hoạt động được xã hội mong đợi, xét về*

mục tiêu và giá trị" nhằm mục đích tuyên truyền và kêu gọi người quản lý tài sản không làm tổn hại đến các quyền và lợi ích của người khác, kêu gọi lòng từ thiện nhằm bồi hoàn những thiệt hại do các doanh nghiệp làm tổn hại cho xã hội. Tuy vậy, đến nay khái niệm CSR chưa được hiểu một cách thống nhất và đầy đủ (Weber, 2008). Có rất nhiều quan niệm khác nhau về CSR, mỗi tổ chức, công ty, chính phủ nhìn nhận CSR dưới những góc độ và quan điểm riêng phụ thuộc vào điều kiện, đặc điểm và trình độ phát triển của mình. Tác giả Vĩnh (2007) đã đề cập quan điểm của các nhà nghiên cứu trên thế giới như Milton Friedman cho rằng *"có một và chỉ một trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp - đó là sử dụng nguồn tài nguyên của mình và tham gia vào các hoạt động nhằm tăng lợi nhuận"*. Câu nói này khẳng định mục tiêu chủ yếu của doanh nghiệp là thỏa mãn nhu cầu của các cổ đông. Keith Davis đã đưa ra một khái niệm khá rộng: *"CSR là sự quan tâm và phản ứng của doanh nghiệp với các vấn đề vượt ra ngoài việc thỏa mãn những yêu cầu pháp lý, kinh tế, công nghệ"* (Keith Davis, 2007). Trong khi đó, Archie Carroll cho rằng CSR có phạm vi rộng lớn hơn, đó là: *"CSR bao gồm sự mong đợi của xã hội về kinh tế, luật pháp, đạo đức và lòng từ thiện đối với các tổ chức tại một thời điểm nhất định"* (Archie Carroll, 2007). Theo tác giả Nguyễn Ngọc Thắng *"trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp là một khái niệm chòm, bao gồm nhiều khái niệm khác nhau, như: đạo đức kinh doanh, doanh nghiệp là từ thiện, công dân doanh nghiệp, tính bền vững và trách nhiệm môi trường"* (Thắng, 2010). Theo Ngân hàng Thế giới: *"Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp là sự cam kết của doanh nghiệp đóng góp cho việc phát triển kinh tế bền vững, thông qua những việc làm nâng cao chất lượng đời sống của người lao động và các thành viên trong gia đình họ; cho cộng đồng và toàn xã hội, theo cách có lợi cho cả doanh nghiệp, cũng như sự phát triển chung của xã hội"* (World Bank, 2010).

Như vậy CSR là một khái niệm động và luôn được thử thách trong từng bối cảnh kinh tế, chính trị, xã hội đặc thù. Tuy nhiên, khi nói đến trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp, các nhà nghiên cứu, các tổ chức quốc tế nhấn mạnh đến một số nội dung cơ bản: trách nhiệm đối với nhà nước, đối với cộng đồng, đối với khách hàng, đối với người lao động. Theo đó, hoạt động của doanh nghiệp ngoài việc đảm bảo lợi ích của mình, còn phải đảm bảo cả lợi ích của nhà nước, cộng đồng, khách hàng và người lao động.

2.2. Tiêu chí xác định trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp

Hiện nay, các nước trên thế giới thường cam kết tuân thủ theo các quy tắc chung về vấn đề trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp như BSCI (phản ánh tiêu chuẩn lao động quốc tế), SA8000 (cải thiện điều kiện làm việc của người lao động), ISO 26000, EICC (trách nhiệm xã hội trong chuỗi cung ứng điện tử toàn cầu), WRAP (về tiêu chuẩn, ứng xử dành cho các doanh nghiệp sản xuất, áp dụng cho nhiều doanh nghiệp may mặc) ... Trong bài viết này, nhóm nghiên cứu tiếp cận quan điểm Tổ chức Sáng kiến Báo cáo Toàn cầu (GRI) do Liên minh và Chương trình môi trường của Liên Hợp Quốc thành lập năm 1997 ở Boston (Mỹ), cung cấp các tiêu chí và hướng dẫn xây dựng báo cáo phát triển bền vững của các quốc gia. Tổ chức này đã đưa ra các tiêu chí sau đánh giá về CSR:

Các tiêu chí về kinh tế, gồm: hiệu quả hoạt động kinh tế, sự hiện diện trên thị trường, ảnh hưởng gián tiếp về kinh tế, phương thức mua sắm. Các tiêu chí về môi trường, gồm: vật liệu, năng lượng, nước, đa dạng sinh học, phát thải, nước thải và chất thải, thông tin và nhân sản phẩm/dịch vụ, tính tuân thủ, vận chuyển, tổng thể, đánh giá của nhà cung cấp về vấn đề môi trường, cơ chế khiếu nại về môi trường.

Các tiêu chí về xã hội, gồm các tiêu chí thành phần sau đây:

- + Tiêu chí về cách đối xử với người lao động và việc làm bền vững: mối quan hệ quản lý/lao động, an toàn và sức khỏe, giáo dục và đào tạo nghề, đa dạng và cơ hội bình đẳng, thù lao công bằng cho nam và nữ, đánh giá của nhà cung cấp về cách đối xử với người lao động, cơ chế khiếu nại về cách đối xử với người lao động.

- + Tiêu chí về bảo đảm quyền con người: đầu tư, không phân biệt đối xử, quyền tự do lập hội và thỏa ước tập thể, vấn đề lao động trẻ em, lao động cưỡng bức, các phương thức bảo vệ quyền tài sản, quyền của người bản địa, đánh giá của nhà cung cấp về quyền con người, cơ chế khiếu nại về quyền con người.

- + Tiêu chí xã hội: cộng đồng địa phương, chống tham nhũng, chính sách công, hành vi hạn chế cạnh tranh, tính tuân thủ, đánh giá của nhà cung cấp về tác động đối với xã hội, cơ chế khiếu nại về tác động đối với xã hội...

- + Trách nhiệm đối với người tiêu dùng: sự an toàn và sức khỏe của khách hàng, thông tin và nhân sản phẩm, dịch vụ, truyền thông tiếp thị, bảo đảm quyền riêng tư của khách hàng, tính tuân thủ.

Như vậy, các nghiên cứu trong nước và ngoài nước

chủ yếu nghiên cứu về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp nói chung, chưa đề cập đến trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp tư nhân. Đây là khoảng trống nghiên cứu về nội dung để nhóm nghiên cứu làm rõ, để từ đó đề xuất các giải pháp phù hợp.

3. Phương pháp nghiên cứu

Các dữ liệu thứ cấp được nhóm nghiên cứu tham khảo từ các nghiên cứu trong và ngoài nước (giáo trình, bài báo, đề tài, công trình khoa học...) đã được công bố trước đây về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp. Ngoài ra, dữ liệu thứ cấp được sử dụng trong bài viết còn bao gồm số liệu thống kê về doanh nghiệp tư nhân mới thành lập, đang hoạt động, giải thể và tạm dừng hoạt động quay trở lại hoạt động, đóng góp GDP của các loại hình doanh nghiệp, vốn đầu tư của doanh nghiệp tư nhân từ số liệu công bố của Tổng cục Thống kê năm 2020-2022. Việc xử lý, tổng hợp và đánh giá số liệu từ số liệu thống kê được thực hiện bằng phương pháp định tính bao gồm: phương pháp thống kê, quy nạp, diễn giải, so sánh, phân tích, mô hình hóa qua sơ đồ... để từ đó tổng hợp, phân tích, đánh giá thực trạng thực hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp tư nhân.

4. Kết quả nghiên cứu

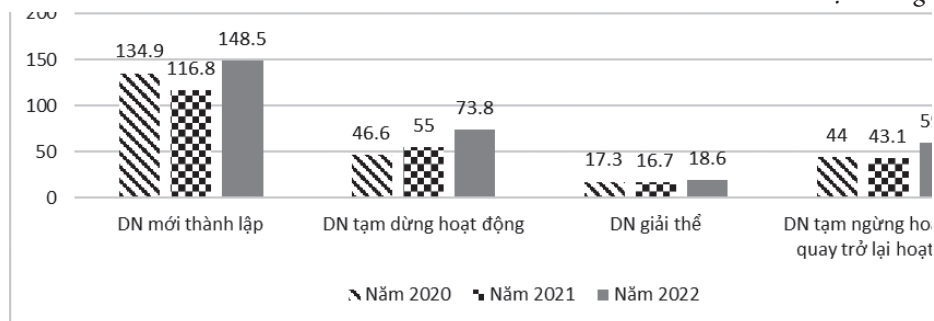
4.1. Tình hình các doanh nghiệp tư nhân Việt Nam

Quan niệm kinh tế tư nhân là “một động lực quan trọng của nền kinh tế” tại Đại hội XII cho thấy bước đột phá về nhận thức của Đảng ta so với giai đoạn trước, khi chúng ta chỉ coi kinh tế tư nhân là một trong những động lực của nền kinh tế. Nhờ đó, số lượng các doanh nghiệp đăng ký liên tục tăng với tốc độ rất nhanh. Trong những năm qua, khu vực kinh tế tư nhân đã làm nên sự phát triển năng động của nền kinh tế, góp phần quan trọng trong tạo việc làm, nâng cao thu nhập của người dân, mạnh dạn đột phá và đi đầu trong nhiều lĩnh vực sản xuất, kinh doanh mới. Số lượng doanh nghiệp thành lập mới và số lượng doanh nghiệp tạm ngừng hoạt động quay trở lại hoạt động tăng lên.

Hình 1 cho thấy, năm 2020 có thêm hơn 130 nghìn doanh nghiệp thành lập mới. Năm 2021 có 116.800 doanh nghiệp được thành lập mới và năm 2022 tăng lên 148.500 doanh nghiệp mới thành lập. Số doanh nghiệp tạm ngừng hoạt động quay trở lại hoạt động tăng lên qua các năm, đến năm 2022 có 59.800 doanh nghiệp tạm ngừng hoạt động quay trở lại (tăng 35,9% so với năm 2020) nhờ môi trường kinh doanh được cải thiện và các chính sách của Nhà nước hỗ trợ, phát triển doanh nghiệp.

Hình 1. Số lượng doanh nghiệp tư nhân mới thành lập

Đơn vị tính: nghìn doanh nghiệp



Nguồn: Tổng hợp của nhóm nghiên cứu từ số liệu thống kê của Tổng cục Thống kê

4.2. Thực trạng các doanh nghiệp tư nhân trong thực hiện trách nhiệm xã hội

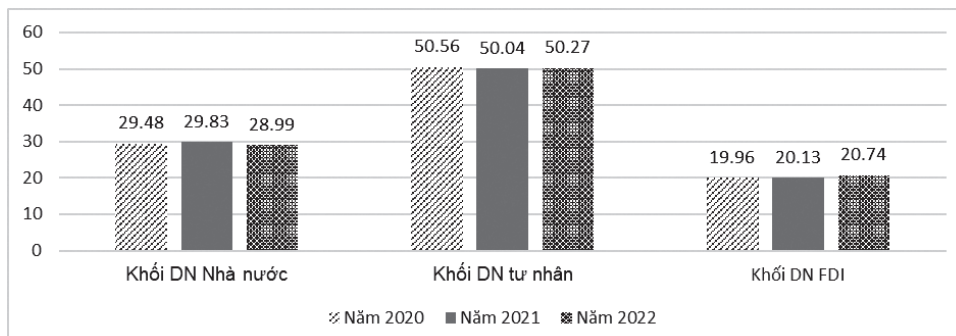
4.2.1. Kết quả đạt được của các doanh nghiệp tư nhân trong thực hiện trách nhiệm xã hội

- Về kinh tế: doanh nghiệp tư nhân ngày càng đóng vai trò quan trọng trong nền kinh tế, nhất là về tăng trưởng, đầu tư, thương mại, đóng góp vào ngân sách nhà nước. Các doanh nghiệp tư nhân đã thực hiện tốt nghĩa vụ tài chính với Nhà nước. Năm 2022,

doanh nghiệp tư nhân đóng góp 50,27% GDP và có xu hướng tăng lên (trong tỷ lệ này, doanh nghiệp đăng ký chính thức chiếm 14,84%, khu vực hộ kinh doanh chiếm 35,43%). Khối doanh nghiệp tư nhân nước ngoài (FDI) đóng góp 20,74% GDP. Khối doanh nghiệp nhà nước là 28,99%. Vì vậy, các doanh nghiệp tư nhân đang dần khẳng định vị thế là động lực chính cho những kết quả tăng trưởng kinh tế đáng khích lệ của Việt Nam (hình 2).

Hình 2. Đóng góp vào GDP của các loại hình doanh nghiệp

Đơn vị tính: %



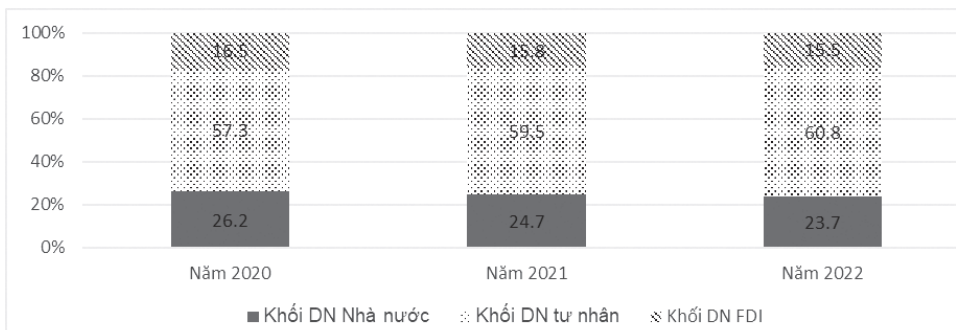
Nguồn: Tổng hợp của nhóm nghiên cứu từ số liệu thống kê của Tổng cục Thống kê

Về vốn đầu tư, năm 2022 vốn của khối doanh nghiệp tư nhân chiếm 60,8% trong tổng nguồn vốn của xã hội và tăng 3,5% so với năm 2020. Trong khi khối doanh

nghiệp nhà nước chỉ chiếm 23,7% tổng vốn và giảm 2,5%; khối doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài chỉ chiếm 15,5% tổng vốn và giảm 1% so với năm 2020.

Hình 3. Vốn đầu tư của doanh nghiệp tư nhân

Đơn vị tính: %

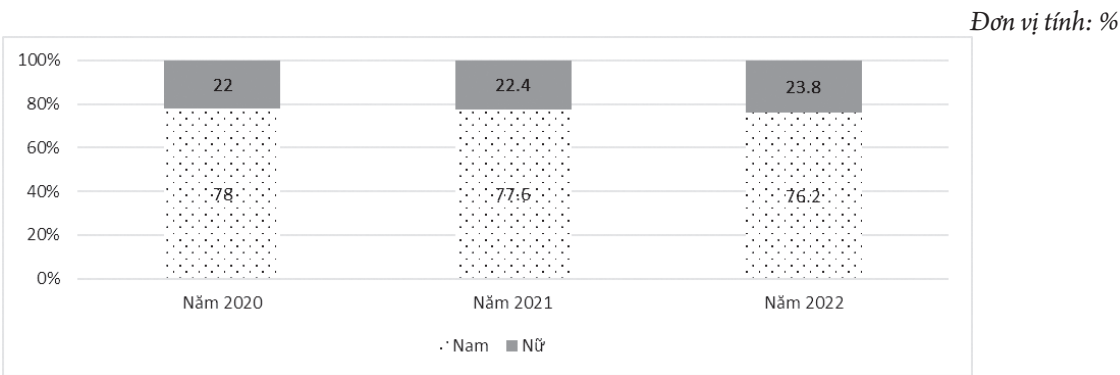


Nguồn: Tổng hợp của nhóm nghiên cứu từ số liệu thống kê của Tổng cục Thống kê

- Tạo việc làm, giảm nghèo, cải thiện điều kiện sống: đến năm 2022, số lao động đang làm việc trong khu vực tư nhân chiếm 85,3% tổng số lao động từ 15 tuổi trở lên đang làm việc của cả nước, tương đương gần 47,2 triệu người (năm 2020: 44,9 triệu người). Các doanh nghiệp tư nhân tạo ra trung bình 567.000 việc làm mới mỗi năm. Các doanh nghiệp nhà nước ngày càng đóng vai trò kém quan trọng hơn trong vai trò tạo việc làm, số lao động làm việc tại các doanh nghiệp nhà nước đã sụt giảm mạnh trong giai đoạn hiện nay. Chắc chắn rằng nếu không có số việc làm do các doanh nghiệp tư nhân tạo ra thì rất nhiều lao động đã bị thất nghiệp hoặc có thể bắt buộc phải làm các công việc kém hiệu quả hơn, bị trả lương thấp hơn trong khu vực nông nghiệp hoặc khu vực khác.

- Trao quyền kinh tế cho phụ nữ: doanh nghiệp tư nhân đã giúp phụ nữ Việt Nam tăng cường quyền tự chủ trong việc ra quyết định và nâng cao tiếng nói. Nếu năm 2020 chỉ có 22% doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ thì đến năm 2022 là 23,8%. Theo Cục Quản lý - Đăng ký kinh doanh thuộc Bộ Kế hoạch và Đầu tư, đến hết tháng 12 năm 2022, toàn quốc có 295.689 doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ, chiếm 24% tổng số doanh nghiệp cả nước. Trong đó, có 68,6% doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ từng là hộ kinh doanh, các loại hình doanh nghiệp được cổ phần hóa từ doanh nghiệp nhà nước; doanh nghiệp có phần vốn do cơ quan nhà nước hoặc doanh nghiệp nhà nước nắm giữ chiếm tỷ lệ rất nhỏ, dưới 3,5%.

Hình 4. Tỷ lệ doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ



Nguồn: Chỉ số năng lực cạnh tranh cấp tỉnh Việt Nam của Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam và USAID năm 2020, 2021, 2022

- Bảo hiểm xã hội và các chương trình an sinh xã hội: các doanh nghiệp tư nhân đóng một vai trò chủ chốt trong việc tăng số người tham gia bảo hiểm xã hội trên cả nước. Năm 2022 có 24% lực lượng lao động tham gia bảo hiểm xã hội. Với những nỗ lực đang tiếp diễn về cải cách doanh nghiệp nhà nước và cải cách khu vực công, rõ ràng là doanh nghiệp tư nhân sẽ là khu vực chịu trách nhiệm chính cho lực lượng lao động sẽ tham gia bảo hiểm xã hội.

- Người tiêu dùng: các doanh nghiệp tư nhân tăng nhanh về số lượng, cho nên việc sản xuất hàng hóa trở nên rất đa dạng và phong phú, kéo theo là việc tiêu dùng của người dân cũng tăng lên rõ rệt, góp phần làm cho đời sống người tiêu dùng ngày càng nâng cao với nhiều mặt hàng tiện ích, làm cho mức tiêu dùng của toàn xã hội tăng đột biến. Thực tế đó đã cho thấy, xét trên phương diện trách nhiệm xã hội, các doanh nghiệp tư nhân đã đóng vai trò quan trọng khi góp phần nâng cao chất lượng cuộc

sống của người tiêu dùng thông qua các chủng loại và chất lượng sản phẩm hàng hóa mà họ tạo ra.

- Vấn đề đạo đức trong trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp tư nhân

Trước áp lực từ công chúng và pháp luật, hầu hết các công ty lớn trên thế giới cũng như tại Việt Nam đã chủ động lồng ghép CSR vào quá trình hoạt động sản xuất, kinh doanh. Nhiều chương trình đã được thực hiện như: sử dụng nhiên liệu tái sinh, giảm khí thải công nghiệp, xây dựng các khu công nghiệp xanh và các hoạt động từ thiện vì cộng đồng.

Kết quả khảo sát của công ty McKinsey cho thấy: có 84% số quản trị viên cao cấp cho rằng, việc đóng góp vào các mục tiêu xã hội của cộng đồng cần được tiến hành song song với việc gia tăng giá trị cổ đông, chỉ có 16% cho rằng lợi nhuận là mục tiêu duy nhất; 51% và 48% ý kiến lần lượt cho rằng, môi trường là vấn đề hàng đầu thu hút sự quan tâm của công luận và có ảnh hưởng tiêu cực hoặc tích cực nhất đối với

giá trị cổ đông. Khi được hỏi về ảnh hưởng xấu mà các công ty lớn có thể gây ra cho cộng đồng, 65% cho rằng, đó là ô nhiễm môi trường, 40% đặt lợi nhuận lên trên sức khỏe con người và 30% gây áp lực chính trị. Về các ảnh hưởng tích cực mà doanh nghiệp đem lại thì tạo việc làm được xếp cao nhất với 65% ý kiến tán thành, tiếp đó tiến bộ khoa học công nghệ với 43%, cung cấp sản phẩm, dịch vụ cho nhu cầu con người 41% và nộp thuế 35% (McKinsey, 2017).

Hiện nay, ở Việt Nam có nhiều doanh nghiệp tư nhân thực hiện rất tốt CSR (Phụng, 2022), trong đó một số doanh nghiệp có thể đề cập tới như:

(i) Công ty Cổ phần Sữa Vinamilk Việt Nam là một trong những doanh nghiệp phát triển bền vững thông qua việc thực hiện tốt các tiêu chí đầu tư môi trường - xã hội - quản trị (ESG) về đạo đức trong trách nhiệm đối với xã hội. Năm 2022, Vinamilk nằm trong số các doanh nghiệp tiên phong và được giới đầu tư đánh giá cao về áp dụng các tiêu chí ESG trong hoạt động kinh doanh với điểm ESG cao hơn 58% so với trung bình ngành. Ý tưởng xây dựng mô hình kinh tế tuần hoàn bằng hệ thống biogas tại các trang trại bò sữa, biến chất thải thành tài nguyên như phân bón, nước, khí đốt... đã giúp Vinamilk giảm thiểu chất thải và khí nhà kính, vận hành các trang trại thân thiện với môi trường. Hơn nữa, Vinamilk đã thực hiện nhiều chương trình dinh dưỡng cho trẻ em với quy mô lớn, được thực hiện dài hạn như Quỹ sữa Vươn cao Việt Nam hay chương trình Sữa học đường. Trong bối cảnh đại dịch Covid-19, các hoạt động này không những không bị gián đoạn mà còn được Vinamilk đẩy mạnh để đảm bảo dinh dưỡng cho trẻ em theo cam kết của công ty. Cũng trong đại dịch, công ty đã đóng góp tích cực cho các công tác phòng chống dịch, chi mua thiết bị y tế và hỗ trợ cộng đồng cùng với lực lượng tuyến đầu trên cả nước.

(ii) Tập đoàn FPT đã phát triển cùng chiến lược 3P (Profit, People, Planet). Theo đó, bên cạnh việc tạo ra lợi nhuận, công ty còn quan tâm đến các hoạt động thực tế như: nâng cao chất lượng cuộc sống, cải thiện môi trường làm việc và tham gia các hoạt động từ thiện, hiến máu nhân đạo.

(iii) Tập đoàn VinGroup đã thành lập Quỹ Thiện tâm và Quỹ Đổi mới sáng tạo nhằm phục vụ cho các hoạt động từ thiện vì cộng đồng, tích cực trong cuộc chiến chống đại dịch Covid-19, với nhiều đóng góp quan trọng không chỉ cho dân chúng, lực lượng tuyến đầu chống dịch mà cả cho các đối tác kinh doanh.

(iv) Công ty P&G Việt Nam thể hiện trách nhiệm xã hội thông qua việc thúc đẩy sự tiến bộ của phụ nữ, xây nhà tình thương cho người nghèo tại Đồng bằng

sông Cửu Long, chương trình Nước uống sạch cho trẻ em, đặc biệt là các hoạt động phòng chống dịch bệnh Covid-19 và hỗ trợ khẩn cấp tại các địa phương chịu ảnh hưởng nặng nề do thiên tai, lũ lụt.

(v) Coca-Cola với sáng kiến Ekocenter - dựa trên việc cung cấp 4 ích lợi chính cho cộng đồng địa phương (nước uống sạch, trao quyền cho phụ nữ, phát triển đời sống văn hóa và tinh thần, giải pháp về rác thải nhằm bảo vệ môi trường) cũng đã tạo ra những giá trị thiết thực cho xã hội.

4.2.2. Những hạn chế của các doanh nghiệp tư nhân trong thực hiện trách nhiệm xã hội

- Nhiều doanh nghiệp tư nhân chưa quan tâm nhiều đến bảo vệ môi trường, chưa thực hiện tốt trách nhiệm xã hội về bảo vệ môi trường.

Mặc dù, hiểu rõ nguyên tắc tồn tại lâu dài nhưng vẫn còn nhiều doanh nghiệp tư nhân Việt Nam né tránh thực hiện trách nhiệm xã hội. Hàng loạt các vi phạm, gây ảnh hưởng nghiêm trọng đến lợi ích xã hội (Phụng, 2022), chẳng hạn như:

Công ty Vedan thải chất thải công nghiệp ra sông Thị Vải năm 2008 đã làm chết hàng loạt thủy hải sản và sức khỏe người dân khu vực xung quanh. Công ty này đã xả thải ra môi trường, tự ý tăng công suất các khu sản xuất lên từ hai đến ba lần và không có báo cáo đánh giá tác động môi trường. Sau những sai phạm trên, Công ty Vedan buộc phải dừng mọi hoạt động xả thải, tạm đình chỉ hoạt động sản xuất có phát sinh nước thải và dịch thải cho tới khi có biện pháp xử lý. Ngoài ra, Công ty Vedan đã phải chi trả chi phí thực hiện các biện pháp khắc phục tình trạng ô nhiễm môi trường và có trách nhiệm đền bù thiệt hại về kinh tế. Công ty phải hoàn toàn chịu trách nhiệm đảm bảo quyền lợi của người lao động trong thời gian bị tạm thời đình chỉ hoạt động sản xuất theo quy định của pháp luật hiện hành. Mặc dù, công ty đã nỗ lực giải quyết hậu quả do sai phạm trên nhưng tất cả những đóng góp đó không đủ phục hồi lại cho thiệt hại môi trường mà công ty đã gây ra.

Năm 2020, Công ty cổ phần Mía đường La Ngà tại Đồng Nai cũng phải tạm ngưng hoạt động do vi phạm trách nhiệm xã hội vì đã thải bụi, khí thải vượt mức quy định và xả nước thải vào nguồn nước, gây ảnh hưởng nghiêm trọng đến sức khỏe và đời sống của người dân. Hay hàng loạt các sai phạm của các cụm công nghiệp tại Bắc Ninh năm 2021, các công ty này đã có hành vi xả nước thải vượt chỉ số môi trường; hoạt động sản xuất mà không có giấy xác nhận hoàn thành công trình bảo vệ môi trường; giám sát chất thải định kỳ không đúng, không đầy đủ.

Cụ thể như, Công ty TNHH Sản xuất và Thương

mại Giấy Tiến Mạnh; Công ty TNHH Sản xuất và Thương mại Giấy Thảo My và Công ty TNHH Sản xuất, dịch vụ thương mại một thành viên Việt Tiến đã không có báo cáo tác động môi trường được phê duyệt theo quy định. Công ty Cổ phần giấy Hoàng Ngân và Công ty Sản xuất và Thương mại Vạn Thành đã có hành vi xả nước thải có chứa các thông số môi trường vượt quy chuẩn kỹ thuật về chất thải thông thường. Công ty TNHH Sản xuất Giấy Thanh Hà và Hợp tác xã Cổ phần Long Khánh không xây lắp công trình bảo vệ môi trường theo quy định.

Năm 2021, vụ án buôn lậu xăng dầu giả xuyên các tỉnh khu vực phía Nam (Đồng Nai, TP. Hồ Chí Minh, Bà Rịa - Vũng Tàu, Cần Thơ, Vĩnh Long, Long An) đã được phát hiện và xử lý. Lượng xăng kém chất lượng được cung cấp ra thị trường không chỉ gây tổn hại đến môi trường mà còn ảnh hưởng đến tài sản của các cá nhân và tổ chức kinh tế. Đây là hành vi sai phạm trách nhiệm xã hội nghiêm trọng đáng bị lên án và cần phải được xử lý nghiêm minh.

- Còn nhiều doanh nghiệp tư nhân còn thiếu trách nhiệm với Nhà nước và với người lao động. Thực tế, nhiều doanh nghiệp tư nhân nợ lương, nợ bảo hiểm xã hội và chưa thực hiện tốt việc đảm bảo quyền và lợi ích của người lao động. Theo Bảo hiểm xã hội Việt Nam: hiện nay cả nước có đến 50% số lượng doanh nghiệp chưa tham gia bảo hiểm xã hội cho người lao động và số nợ tập trung chủ yếu tại các doanh nghiệp ngoài nhà nước (Bảo hiểm xã hội Việt Nam, 2021). Nhiều doanh nghiệp tư nhân quên đi trách nhiệm đối với người lao động trong việc trang bị phương tiện bảo hộ lao động, đầu tư máy móc thiết bị có độ an toàn cao, đãi ngộ về lương bổng, vấn đề bình đẳng giới.

- Còn nhiều doanh nghiệp tư nhân thiếu trách nhiệm đối với người tiêu dùng, vì lợi nhuận trước mắt, đã sản xuất hàng nhái, hàng giả, hàng kém chất lượng, gây tổn hại đến người tiêu dùng, nhất là tổn hại đến sức khỏe và nhiều trường hợp rất nghiêm trọng.

5. Giải pháp thúc đẩy các doanh nghiệp tư nhân thực hiện trách nhiệm xã hội

** Về phía các doanh nghiệp*

Các doanh nghiệp tư nhân cần thay đổi nhận thức về việc thực hiện CSR, đặc biệt là đối với đội ngũ các nhà quản trị cao cấp trong doanh nghiệp. Việc thực hiện trách nhiệm xã hội không đơn giản là vấn đề đạo đức kinh doanh hay các hoạt động từ thiện theo cách hiểu mang tính truyền thống; không phải là các hoạt động đòi hỏi doanh nghiệp phải bỏ chi phí mà không đem lại lợi ích kinh tế, ngược lại, thực hiện trách nhiệm xã hội sẽ giúp các doanh nghiệp có được nhiều

lợi thế trong cạnh tranh trên thị trường.

Các doanh nghiệp tư nhân cần xây dựng nội dung thực hiện trách nhiệm xã hội trong chiến lược kinh doanh của mình, coi đó như là nhân tố để bảo đảm sự phát triển bền vững cho doanh nghiệp. Việc đưa nội dung thực hiện trách nhiệm xã hội vào chiến lược kinh doanh để doanh nghiệp nhận thấy rằng họ muốn phát triển bền vững thì luôn phải tuân thủ những chuẩn mực về bảo vệ môi trường, an toàn lao động, quyền lợi lao động, phát triển cộng đồng. Từ đó, các doanh nghiệp mới xây dựng và thực hiện được tốt các chương trình hành động để thực hiện trách nhiệm xã hội của mình theo giai đoạn và nội dung cụ thể.

Các doanh nghiệp tư nhân cần quan tâm cử cán bộ quản lý đi đào tạo, bồi dưỡng về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp. Điều này sẽ giúp họ hiểu rõ những lợi ích đạt được khi doanh nghiệp tham gia thực hiện trách nhiệm xã hội để từ đó họ tham vấn chính sách cho lãnh đạo, đồng thời là những người trực tiếp quyết tâm thực hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp.

Các doanh nghiệp tư nhân cần có chiến lược dài hạn trong việc xây dựng và thực hiện các tiêu chuẩn trách nhiệm xã hội. Việc thực hiện CSR theo ý nghĩa đầy đủ và đích thực không phải là một vấn đề đơn giản và nằm trong khả năng giải quyết tức thì của phần lớn các doanh nghiệp Việt Nam, bởi sự hạn chế của các yếu tố nguồn lực, trong đó có nguồn lực tài chính, kỹ thuật, nhân lực trình độ cao. Vì vậy, các doanh nghiệp cần xây dựng một lộ trình phù hợp trong việc từng bước thực hiện những nội dung trách nhiệm xã hội phù hợp với các chuẩn mực chung.

** Về phía các cơ quan quản lý nhà nước:*

Cần tăng cường tuyên truyền đối với các doanh nghiệp về nghĩa vụ và lợi ích của việc thực hiện CSR. Việc tuyên truyền có thể được thực hiện thông qua nhiều hình thức, như qua các phương tiện thông tin đại chúng, các đợt tập huấn bắt buộc cho lãnh đạo các doanh nghiệp, các hội nghị, hội thảo khoa học. Hơn nữa, việc tuyên truyền này cần được mở rộng đến cả các cơ quan quản lý nhà nước có liên quan, các nhà quản lý, các nhà hoạch định chính sách vĩ mô. Đồng thời, nội dung của việc thực hiện CSR, các thông tin cập nhật về các bộ quy tắc ứng xử, các tiêu chuẩn trách nhiệm xã hội liên quan phải được phổ biến đầy đủ và rõ ràng đến các doanh nghiệp.

Cần phân định rõ ràng trách nhiệm của các cơ quan quản lý nhà nước và các chủ thể liên quan trong việc hoạch định chính sách, thông tin, tuyên truyền, kiểm tra, xử lý sai phạm của các doanh nghiệp đối với

các vấn đề liên quan đến CSR nói chung, trách nhiệm đối với thị trường, người tiêu dùng và việc bảo vệ môi trường nói riêng. Sự phối hợp giữa các cơ quan quản lý nhà nước với các chủ thể khác có liên quan cũng đóng vai trò hết sức quan trọng, bởi trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp chỉ được coi trọng và trở nên cấp thiết khi có cơ chế giám sát đồng bộ, có sự kết hợp giữa chính quyền và các lực lượng dân sự trong xã hội, đặc biệt là các hiệp hội, tổ chức phi chính phủ và các phương tiện truyền thông, báo chí.

Nâng cao vai trò của Hiệp hội Doanh nghiệp trong phản biện xã hội xây dựng chính sách và động viên các doanh nghiệp trong hiệp hội thực hiện trách nhiệm xã hội. Cần ban hành các chính sách khuyến khích, hỗ trợ các doanh nghiệp thực hiện trách nhiệm xã hội. Đặc biệt, cần quan tâm hỗ trợ các doanh nghiệp kinh doanh hàng nông sản thực phẩm trong việc thực hiện các tiêu chuẩn về bảo vệ môi trường, sản xuất theo công nghệ sạch. Cần ban hành các biện pháp đủ mạnh để xử lý vi phạm của các doanh nghiệp trong việc thực hiện trách nhiệm xã hội. Cùng với việc hoàn thiện hệ thống pháp luật, cần tăng cường công tác bảo vệ môi trường, tăng cường năng lực quản lý

nhà nước về bảo vệ môi trường cho các địa phương bao gồm công tác đào tạo cán bộ quản lý nghiệp vụ, hoàn chỉnh hệ thống quản lý môi trường từ trung ương đến tỉnh, huyện, xã, cơ sở sản xuất...

6. Kết luận

Bài viết cho thấy các doanh nghiệp tư nhân Việt Nam đã quan tâm đến thực hiện trách nhiệm xã hội. Đã đạt một số kết quả về đóng góp kinh tế; tạo việc làm, giảm nghèo, cải thiện điều kiện sống; trao quyền kinh tế cho phụ nữ; tham gia bảo hiểm xã hội và các chương trình an sinh xã hội; thực hiện nghĩa vụ đối với người tiêu dùng. Bên cạnh đó, vẫn còn vẫn còn một số hạn chế về bảo vệ môi trường, thiếu trách nhiệm với Nhà nước và với người lao động; sản xuất hàng nhái, hàng giả, hàng kém chất lượng, gây tổn hại đến người tiêu dùng. Để thực hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp tư nhân ở Việt Nam cần có giải pháp ở cả doanh nghiệp và cơ quan quản lý nhà nước. Tuy nhiên, bài viết chỉ đánh giá thực trạng thực hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp tư nhân Việt Nam thông qua số liệu thứ cấp, cần có những đánh giá hoàn chỉnh hơn trong các nghiên cứu tiếp theo.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Bảo hiểm xã hội Việt Nam. (2021). *Báo cáo tổng hợp của Bảo hiểm xã hội Việt Nam năm 2021*. <https://baohiemxahoi.gov.vn/Pages/default.aspx>
- Bowen, R. H. (1953). Social Responsibilities of the Businessmen. *Management*, vol. 13, no. 4, pp. 287-300.
- Carroll, A.B. (2007). Corporate social responsibility: Evolution of definitional construct. *Busines & society*, 38(3), 268-295.
- Davis, K. (2007). Corporate social responsibility and management. *Assistant Professor*, vol.5, no.3, pp. 23-29.
- McKinsey. (2017). *Vấn đề nhân lực và định hướng quản trị mới*. <https://odclick.com>
- Phụng, N. (2022), “Nâng cao ý thức trách nhiệm của doanh nghiệp Việt nam”. *Tạp chí Tài chính online, tại* <https://tapchitaichinh.vn/nang-cao-y-thuc-thuc-hien-trach-nhiem-xa-hoi-cua-doanh-nghiep-viet-nam.html>
- Phương, T. (2009). “Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp và thực tiễn vận dụng ở Việt Nam hiện nay”. *Tạp chí Triết học*, số 8/2012.
- Thắng, N. N. (2010). “Gắn quản trị nhân sự với trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp”. *Tạp chí Kinh tế và Kinh doanh*, số 26/2010.
- Tổng cục Thống kê. (2020, 2021, 2022). *Kinh tế doanh nghiệp*.
- Thùy, B. (2012). Từ thực hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp tiến tới tạo lập giá trị chung trong hội nhập kinh tế toàn cầu. *Tạp chí Phát triển và Hội nhập*, số 2/2012.
- Vinh, H. V. (2007). Doanh nghiệp thuộc thành phần kinh tế tư nhân. *Tạp chí Lý luận Chính trị*, số 5/2007.
- Weber, M. (2008). The business case for corporate social responsibility: A company-level measurement approach for CSR. *European Management Journal*, 26(4): 247-261.
- Wold bank. (2010). *Corporate social responsibilit: Privite Self-Regulation is not enough*. <http://documents1.woldbank.org>.