

# TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI CỦA DOANH NGHIỆP

## TRONG NỀN KINH TẾ THỊ TRƯỜNG Ở VIỆT NAM HIỆN NAY

**TRẦN THÒ MINH TÂM<sup>(\*)</sup>**

Quá trình phát triển kinh tế ở mọi quốc gia trên thế giới đều nảy sinh các vấn đề xã hội. Giải quyết tốt các vấn đề xã hội chính là tạo nên nhiều tiền ổn định để phát triển kinh tế. Nói với doanh nghiệp cũng vậy, sự phát triển của một doanh nghiệp luôn kèm theo trách nhiệm xã hội mà doanh nghiệp phải quan tâm giải quyết. Nếu hai mặt của một vấn đề không thể tách rời. Doanh nghiệp không thể chể quan tâm đến phát triển sản xuất, doanh thu, lợi nhuận mà quên đi trách nhiệm xã hội của mình hoặc ngược lại. Thực hiện tốt trách nhiệm xã hội của mình, doanh nghiệp không chỉ thể hiện cái tâm và nhân đức kinh doanh, mà còn qua nội bộ đồng uy tín, mới tiến cam nổi với các nhà xã hội và nhà xã hội, thực này hoạt động sản xuất kinh doanh.

Trong nền kinh tế thị trường, các doanh nghiệp Việt Nam luôn phải nổi mắt với nhiều thách thức, áp lực cạnh tranh về vốn, công nghệ, nguồn nhân lực, uy tín, thông tin... Nếu tồn tại và phát triển, bên cạnh việc thu hút vốn, nêu rõ môi trường công nghệ các doanh nghiệp cần xã hội như việc thực hiện tốt trách nhiệm xã hội, vì đây là một biện pháp cần thiết để doanh nghiệp có thể cạnh tranh nổi nguồn nhân lực có chất lượng cao, tạo đồng nổi uy tín, mới tiến cam nổi với các nhà xã hội và tạo ra những sản

phẩm có tính cạnh tranh cao, có khả năng vượt qua những rào cản về nhà sản phẩm của mình nên với thị trường khu vực và thế giới.

Vậy, trách nhiệm xã hội là gì? Nội dung của nó như thế nào? Thực hiện trách nhiệm xã hội hiện nay ở Việt Nam ra sao?

Từ những năm 70 của thế kỷ XX, luận điểm nổi tiếng của nhà kinh tế học Milton Friedman - "trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp sẽ làm tăng lợi nhuận của họ" - đã chiếm lĩnh các diễn đàn tranh luận từ các nhà khoa học, nhà chính trị đến các tầng lớp doanh nhân. Khái niệm "trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp" (corporate social responsibility) nhanh chóng trở thành xu hướng của tầng lớp tiến bộ ở các nước phát triển. Năm 1973, Keith Davis đã nêu ra một khái niệm rộng hơn khi coi "trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp là sự quan tâm và phản ứng của doanh nghiệp với các vấn đề vượt ra ngoài việc thoả mãn những yêu cầu pháp lý kinh tế công nghệ". Năm 1999, Carroll lại cho rằng, trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp còn có phạm vi lớn hơn là "tất cả các vấn đề kinh tế pháp lý nào nổi và những lĩnh vực khác mà xã hội trông đợi ở doanh nghiệp trong mỗi thời điểm nhất định". Còn theo Matten và Moon (năm 2004) thì "trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp là một khái niệm chum, bao gồm nhiều khái niệm khác nhau, nó nổi kinh doanh, doanh nghiệp làm tốt việc, công dân doanh nghiệp, tính bền vững và trách nhiệm môi trường". Đây là một

(\*) Th.S., Viện Triết học, Viện Khoa học Xã hội Việt Nam.

khải niệm rằng và luôn nỗ lực thôi thúc trong tổng bối cảnh kinh tế chính trị, xã hội. Chính phủ Anh cho rằng, “trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp là hành động do doanh nghiệp tự nguyện thực hiện, ngoài việc tuân thủ các quy định pháp lý tối thiểu, nhằm thoả mãn nhu cầu cạnh tranh của doanh nghiệp và lợi ích của toàn xã hội”. Với Hội đồng doanh nghiệp thế giới vì sự phát triển bền vững thì “trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp là sự cam kết liên tục của doanh nghiệp nói với nhà đầu tư kinh doanh và những góp vào tăng trưởng kinh tế cải thiện chất lượng cuộc sống của người lao động và gia đình họ, cũng như của cộng đồng và xã hội”. Theo nghiên cứu của Ngân hàng thế giới, “trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp là sự cam kết của doanh nghiệp những góp vào sự phát triển kinh tế bền vững, giúp các công nhân lao động, gia đình họ, cộng đồng và xã hội nói chung nhằm cải thiện chất lượng cuộc sống cho họ như sao cho, vừa tốt cho doanh nghiệp lại vừa ích lợi cho phát triển”. Có thể hiểu vấn đề cốt lõi của khái niệm này là mỗi doanh nghiệp tự quyết định một cách tự nguyện và việc thực hiện trách nhiệm xã hội của mình nên những góp vào sự phát triển của cộng đồng và năm bảo lợi ích của người lao động, qua đó doanh nghiệp có được lợi ích trong kinh doanh.

Nhờ vậy, có thể nói, trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp là sự cam kết của doanh nghiệp vào sự phát triển kinh tế bền vững thông qua những việc làm nhằm nâng cao chất lượng đời sống của người lao động và các thành viên trong gia đình họ theo hướng có lợi cho doanh nghiệp, cũng như sự phát triển chung của xã hội. Doanh nghiệp muốn phát triển bền vững, phải luôn tuân thủ những chuẩn mực và cơ chế thị trường: bảo vệ môi trường, bình đẳng giới, an toàn lao động, tạo ra và phát triển nguồn nhân lực, phát triển cộng đồng...

Với chức năng quản lý nhà nước về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp, chính phủ nhiều nước đã thể chế hoá nội dung trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp trong các văn bản luật và các quy định đối với nhiều hình thức khác nhau. Trên một bình diện rộng hơn, nỗ lực của trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp trở thành một thông lệ quốc tế phổ biến như ở thành viên thế. Năm 1999, một thoả thuận toàn cầu của nước Tổng thư ký Liên hiệp quốc Kofi Annan đã xuất tại Diễn đàn kinh tế thế giới và tháng 7 năm 2000,

thỏa thuận này đã chính thức ra mắt một Bộ quy tắc ứng xử của Liên hiệp quốc về trách nhiệm xã hội của các công ty đa quốc gia. Bộ quy tắc này bao gồm một quy tắc năm bảo toàn trọng nhân quyền, dân sinh, chống lạm dụng trẻ em, lao động cưỡng bức, bảo vệ môi trường, chống tham nhũng... và tuy không phải là văn bản có tính pháp lý bắt buộc, nhưng bộ quy tắc này được thừa nhận như một văn bản nền tảng chính thức tại các diễn đàn của Liên hiệp quốc.

Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp có sau đây là những nội dung sau:

- Tự nguyện. Giống như một hình thức tự lập quy, các công ty cam kết thực hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp từ nay bắt đầu và các ràng buộc, ngoài việc tuân thủ các quy định pháp luật thông thường.

- Giải quyết những tác động phi lợi nhuận kinh doanh gây ra. Thông thường, các công ty cần quan tâm tới hoạt động kinh doanh là chính và lợi nhuận những tác động phi lợi nhuận, nếu pháp luật không bắt buộc, như nộp phí bảo vệ môi trường. Nhưng, những công ty cam kết thực hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp, lại chú ý những tác động phi lợi nhuận cho xã hội như một vấn đề mà mình cần phải giải quyết, ví dụ như nâng cấp hệ thống xử lý nước thải, hạn chế tiếng ồn,...

- Hướng đến nhiều bên liên quan. Những công ty cam kết thực hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp phải quan tâm đến việc nêu ra lợi ích của nhiều bên, từ công nhân, khách hàng đến cộng đồng, chính phủ nhà phân phối, nhóm lợi ích,...

- Kết hợp trách nhiệm xã hội và kinh tế. Trong khi một số người cho rằng mục tiêu xã hội luôn xung đột với mục tiêu kinh tế thì những công ty cam kết thực hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp lại hướng đến việc thực hiện hai hoạt động cùng một lúc lợi ích kinh tế cho doanh nghiệp.

- Hành động và giải trí. Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp phải được thực hiện bằng hành động cụ thể.

Không đồng ý với những tranh luận về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp con hướng đến việc giải quyết vấn đề toàn cầu, chúng ta cần nhớ giải trí nhân văn, logic thực tiễn nào khiến các công ty phải cam kết thực hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp ...





*Nhân ngày Môi trường Thế giới (05 tháng 6)*

## **HOÀN THIỆN HỆ THỐNG VĂN BẢN PHÁP LUẬT VỀ MÔI TRƯỜNG**

VÀ BẢO VỆ MÔI TRƯỜNG - CƠ SỞ PHÁP LÝ CHO VIỆC GIÁO DỤC ĐẠO ĐỨC SINH THÁI

**PHAN THÒ HỒNG DUYÊN<sup>(\*)</sup>**

**T**rong thời này ngay nay, bảo vệ môi trường và phát triển bền vững là vấn đề mang tính toàn cầu. Ở Việt Nam, chiến lược phát triển kinh tế - xã hội 10 năm 2001 - 2010 nêu rõ: "Nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia, nâng cao đời sống vật chất và tinh thần của nhân dân, tạo nền tảng để năm 2020 nước ta có bản lĩnh thanh một nước công nghiệp theo hướng hiện đại"<sup>(1)</sup>. Chiến lược nêu ra vai trò và nâng cao ra cho công tác bảo vệ môi trường những vấn đề vô cùng cấp thiết và cần thiết giải quyết một cách đúng đắn. Chỉ thị 36-CT/TW "Về tăng cường công tác bảo vệ môi trường trong thời kỳ công nghiệp hoá, hiện đại hoá nước ta" nêu rõ: "Bảo vệ môi trường là một nội dung cốt lõi không thể tách rời công tác, chủ trương và kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội của tất cả các cấp, các ngành, và cơ sở quản

trung bảo đảm phát triển bền vững, thực hiện thắng lợi sứ mệnh công nghiệp hoá, hiện đại hoá nước ta"<sup>(2)</sup>.

Thực tế ở nước ta hiện nay, "môi trường vẫn tiếp tục bị xuống cấp nhanh, coi nhẹ, coi nhẹ nên một số vấn đề: đất đai bị xói mòn, thoái hoá; chất lượng các nguồn nước suy giảm mạnh; không khí ô nhiễm nặng nề, khu dân cư bị ô nhiễm nặng... gây áp lực lớn lên tài nguyên và môi trường, đất công tác bảo vệ môi trường trước những thách thức gay gắt"<sup>(3)</sup>. Những khuyết điểm, yếu kém trong công tác bảo vệ môi trường do "nhiều nguyên nhân khác nhau và chủ yếu những chủ yếu là do chưa coi trọng thực hiện nhất là tầm quan trọng của công tác bảo vệ môi trường...; việc thi hành pháp luật chưa nghiêm"<sup>(4)</sup>. Bởi vậy, việc bảo vệ môi trường không chỉ cần phải có quan tâm của chính quyền địa phương, mà còn cần phải chú trọng đầu tư phòng diện

<sup>(\*)</sup> ThS. Triết học, Trường Đại học Hoa Lư - Ninh Bình.

<sup>(1)</sup> Nghị quyết của Quốc hội. Văn kiện Đại hội toàn quốc lần thứ IX. Nxb Chính trị Quốc gia, Hà Nội, 2001, tr.89.

<sup>(2)</sup> Nghị quyết của Quốc hội. Chỉ thị về tăng cường công tác bảo vệ môi trường trong thời kỳ công nghiệp hoá, hiện đại hoá nước ta, Hà Nội, 1998, tr. 6-7.

<sup>(3)</sup> Nghị quyết số 41-NQ/TĐ của Chính phủ về bảo vệ môi trường trong thời kỳ đẩy mạnh công nghiệp hoá, hiện đại hoá nước ta, tr.1.

<sup>(4)</sup> Nghị quyết số 41-NQ/TĐ, Tài liệu nhân dân.