

TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI CỦA CÁC CƠ SỞ SẢN XUẤT KINH DOANH CÁ THỂ ĐỐI VỚI NGƯỜI LAO ĐỘNG: NGHIÊN CỨU TRƯỜNG HỢP Ở THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

NGUYỄN THỊ MINH CHÂU

TÓM TẮT

Các công trình nghiên cứu trước đây khẳng định nhiều doanh nghiệp vừa và nhỏ ở Việt Nam đã thực hiện chưa tốt trách nhiệm xã hội của mình đối với người lao động. Đặc biệt, các cơ sở sản xuất kinh doanh nhỏ lẻ mang tính hộ gia đình, kinh tế cá thể thì việc thực hiện trách nhiệm xã hội đối với người lao động hầu như chưa được quan tâm. Kết quả nghiên cứu trường hợp ở các cơ sở sản xuất kinh doanh cá thể phi nông nghiệp ở TPHCM cho thấy, người lao động không có hợp đồng lao động, không có bảo hiểm xã hội, bảo hiểm y tế, chưa được trang bị bảo hộ lao động, chưa đảm bảo an toàn lao động. Mối quan hệ lao động, cách thức quản lý theo mô hình “công ty gia đình”. Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp chủ yếu được thực hiện theo kênh phi chính thức, không có sự ràng buộc nhất định và phụ thuộc hoàn toàn vào người sử dụng lao động, người lao động luôn ở thế bị động và chịu thiệt thòi về lợi ích.

Nguyễn Thị Minh Châu. Thạc sĩ. Trung tâm Tư vấn Phát triển Viện Khoa học Xã hội vùng Nam Bộ.

GIỚI THIỆU

Cũng như các thành phần kinh tế khác, cơ sở sản xuất kinh doanh cá thể được ra đời khá lâu và ngày càng phát triển, đóng vai trò quan trọng trong công cuộc phát triển đất nước, góp phần giải quyết việc làm cho hàng triệu lao động, chiếm trên 11 triệu việc làm trong tổng số việc làm cả nước⁽¹⁾. Tuy nhiên, nhiều cuộc nghiên cứu trước đây cho thấy, phúc lợi xã hội dành cho người lao động chưa cao. Vấn đề đặt ra là làm thế nào để người lao động ở những cơ sở sản xuất kinh doanh cá thể tiếp cận bảo trợ xã hội. Điều này phụ thuộc vào việc thực hiện trách nhiệm xã hội của cơ sở khu vực này.

Thuật ngữ *trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp* mới chính thức xuất hiện cách đây hơn 50 năm, khi H.R. Bowen công bố cuốn sách của mình với nhan đề *Trách nhiệm xã hội của doanh nhân* (Social Responsibilities of the Businessmen) (1953) 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 (Phạm Văn Đức, <http://sunlaw.com.vn>).

Hiện nay đang tồn tại hai quan điểm đối lập nhau về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp. Quan điểm thứ nhất cho rằng, doanh nghiệp không có trách nhiệm gì đối với xã hội mà chỉ có trách nhiệm với cổ đông và người lao động của doanh nghiệp, còn nhà nước phải có trách nhiệm với xã hội; doanh nghiệp đã có trách nhiệm thông qua việc nộp thuế cho nhà nước. Trái lại, quan điểm thứ hai cho rằng, với tư cách là một trong những chủ thể của nền kinh tế thị trường, các doanh nghiệp đã sử dụng các nguồn lực của xã hội, khai thác các nguồn lực tự nhiên và trong quá trình đó họ gây ra những tổn hại đối với môi trường tự nhiên; vì vậy, ngoài việc đóng thuế, doanh nghiệp còn có trách nhiệm xã hội đối với môi trường, cộng đồng, người lao động, v.v. Trên thế giới, quan điểm thứ hai được ủng hộ và sử dụng phổ biến.

Ở Việt Nam, trong những năm gần đây, người ta thường sử dụng định nghĩa của Ngân hàng Thế giới về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp. Theo đó, “Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (Corporate Social Responsibility - CSR) là sự cam kết của doanh nghiệp đóng góp vào việc phát triển kinh tế bền vững, thông qua những hoạt động nhằm nâng cao chất lượng đời sống của người lao động và các thành viên gia đình họ, cho cộng đồng và toàn xã hội, theo cách có lợi cho cả doanh nghiệp cũng như phát triển chung của xã hội”⁽²⁾.

Nói cách khác, doanh nghiệp muốn phát triển bền vững phải tuân theo những chuẩn mực về bảo vệ môi trường, bình đẳng về giới, an toàn lao động, quyền lợi lao động, trả lương công bằng, đào tạo và phát triển nhân viên và phát triển cộng

đồng. Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp được thể hiện một cách cụ thể trên các yếu tố, các mặt, như: 1) Bảo vệ môi trường; 2) Đóng góp cho cộng đồng xã hội; 3) Thực hiện tốt trách nhiệm với nhà cung cấp; 4) Bảo đảm lợi ích và an toàn cho người tiêu dùng; 5) Quan hệ tốt với người lao động; và 6) Đảm bảo lợi ích cho cổ đông và người lao động trong doanh nghiệp. Trong đó, bốn yếu tố đầu tiên thể hiện trách nhiệm bên ngoài của doanh nghiệp, còn hai yếu tố cuối thể hiện trách nhiệm bên trong, nội tại của doanh nghiệp. Trách nhiệm nội tại của doanh nghiệp chính là trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp đối với người lao động.

Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp đối với người lao động trong bài này được nghiên cứu thông qua chỉ báo về môi trường và điều kiện làm việc (hợp đồng lao động, thu nhập và thời gian làm việc, các khoản phúc lợi xã hội, trang bị bảo hộ lao động, môi trường làm việc, mối quan hệ lao động).

Với mẫu khảo sát là 31 cơ sở sản xuất kinh doanh cá thể phi nông nghiệp thuộc 3 lĩnh vực sản xuất/chế biến nông sản, ngành may mặc/giày da và lĩnh vực dịch vụ khách sạn, nhà hàng và 35 lao động trong các cơ sở nói trên tại TPHCM⁽³⁾, báo cáo này tập trung phân tích kết quả nghiên cứu về trách nhiệm xã hội của cơ sở đối với người lao động.

1. THỰC TRẠNG TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI DOANH NGHIỆP ĐỐI VỚI NGƯỜI LAO ĐỘNG: NGHIÊN CỨU TRƯỜNG HỢP CƠ SỞ SẢN XUẤT KINH DOANH CÁ THỂ TẠI TPHCM

1.1. Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp đối với người lao động chưa được quan tâm đúng mức

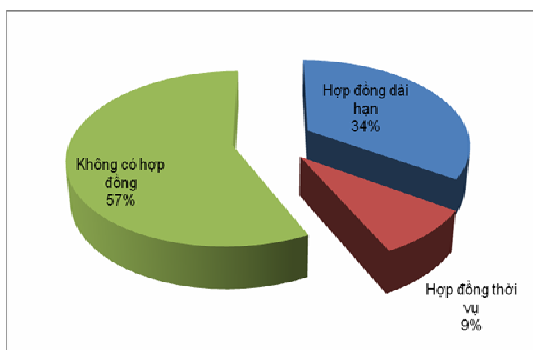
Mặc dù trách nhiệm xã hội doanh nghiệp đã được đặt ra từ lâu, song những năm gần đây trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế, vấn đề này mới thật sự thu hút sự quan tâm của chính bản thân doanh nghiệp, các nhà làm chính sách và các nhà nghiên cứu; và cho đến nay vẫn còn là vấn đề khá mới mẻ. Hầu hết các công trình nghiên cứu trước đây đã khẳng định nhiều doanh nghiệp Việt Nam thực hiện chưa tốt trách nhiệm xã hội của mình đối với người lao động, ngay cả doanh nghiệp nhỏ và vừa⁽⁴⁾; và đặc biệt các cơ sở sản xuất kinh doanh nhỏ lẻ mang tính hộ gia đình, kinh tế cá thể thì việc thực hiện trách nhiệm xã hội đối với người lao động hầu như chưa quan tâm.

1.2. Người lao động với các quyền và lợi ích cơ bản trong các cơ sở sản xuất kinh doanh cá thể

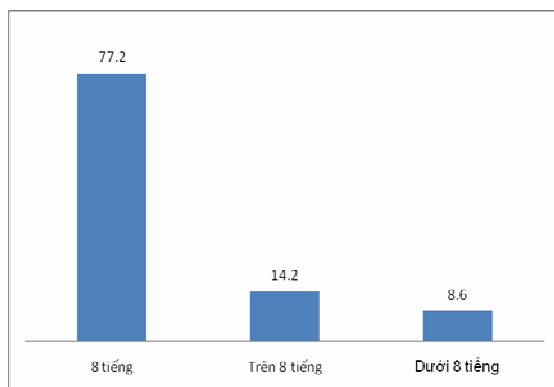
Không có hợp đồng lao động. Đa số người tham gia lao động không có hợp đồng lao động bằng văn bản chính thức (khoảng 65,7% người lao động cho biết là không ký hợp đồng), mà chủ yếu là qua thỏa thuận bằng miệng. Công việc của người lao động thiếu tính cố định, bèn vững bởi không có

sự ràng buộc cố định giữa người lao động và sử dụng lao động.

Thời gian làm việc thoải mái. Một đặc trưng phổ biến ở các cơ sở sản xuất kinh doanh cá thể, người lao động không bị ràng buộc chặt chẽ về giờ giấc, thời gian làm việc trong khuôn khổ giờ hành chính. Thời gian bắt đầu trong ngày có thể từ 3-4 giờ sáng ở các ngành sản xuất chế biến nông sản như làm bún, làm bánh tráng “sáng thường bắt đầu làm từ 4 đến 10 giờ trưa thì đã xong. Chiều 3 giờ 30 đến 5 giờ đi giao hàng, tối được nghỉ” (Phòng vấn sâu chủ cơ sở sản xuất bún, huyện Hóc Môn, TPHCM). Người lao động không phải chịu áp lực về thời gian như làm việc trong các doanh nghiệp như đi trễ thì bị phạt, trừ tiền thưởng, tiền chuyên cần. Tuy nhiên, số giờ làm việc bình quân cũng là 8 giờ/ngày. Số giờ làm việc bình quân trong 1 tuần là 54 giờ/tuần, 7 ngày/tuần. Đa số người lao động cảm thấy rất thoải mái khi làm việc trong điều kiện thời gian như vậy: “So sánh giữa môi trường làm việc trước đây và ở đây thì hài lòng công việc ở đây hơn, vì ở đây muốn nghỉ là xin nghỉ được, cơ sở dệt ở Hóc Môn muốn nghỉ phải làm đơn hai ba ngày mới được xét” (Phòng vấn sâu công nhân cơ sở chế biến nông sản huyện Hóc Môn) hoặc “làm việc thoải mái, không bị ép buộc, muốn đi công việc riêng thì nghỉ cũng được, không bị phạt”. Đây cũng là một trong những yếu tố giữ chân người lao động ở lại làm việc lâu dài. Nhiều ý kiến của người lao động cho rằng, mặc dù làm việc ở các doanh nghiệp lương cao hơn nhưng không được thoải mái về mặt thời gian, không “đi trễ về sớm”, làm việc ở đây có thời gian để đưa đón con đi học.



Biểu đồ 1. Tỷ lệ lao động có hợp đồng tại cơ sở kinh doanh cá thể ở TPHCM



Biểu đồ 2. Số giờ làm việc trong 1 ngày của người lao động

Tiền lương thực tế thấp. Thu nhập trung bình hàng tháng của người lao động là 2.700.000đồng/người/tháng; trong đó có sự chênh lệch về thu nhập giữa nam và nữ, thu nhập bình quân 3.000.000đồng/tháng/nam và 2.500.000đồng/tháng/nữ. Sự chênh lệch này được người sử dụng lao động xét theo loại hình công việc, nữ thường làm những công việc nhẹ nhàng hơn (xem Bảng 1).

Mức lương này phần lớn là dựa trên quy mô, tình hình hoạt động của cơ sở, hoàn

Bảng 1. Tiền lương bình quân hàng tháng của người lao động phân theo giới tính, nghìn đồng

Giới tính	Số tiền bình quân/người/tháng	Số lượng	Độ lệch chuẩn
Nam	3.086,67	15	1708.431
Nữ	2.477,5	20	780.768
Tổng cộng	2.738,57	35	1279.079

Nguồn: Dự án Trách nhiệm xã hội và môi trường của doanh nghiệp (CSER) và năng lực cạnh tranh cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ (SMES) ở các nước đang phát triển: Nam Phi và Việt Nam. 2011.

toàn không dựa trên mức lương tối thiểu của nhà nước và thông qua sự thỏa thuận của người lao động. Tuy nhiên, với trình độ học vấn thấp, không có trình độ chuyên môn kỹ thuật, do đó phần lớn người lao động đồng ý với mức lương do người sử dụng lao động đưa ra. Khi được hỏi có được trả lương theo mức lương tối thiểu của nhà nước không, chỉ có 23% người lao động trả lời là có (nhưng hỏi sâu vào cách tính lương theo mức lương tối thiểu như thế nào thì lại không biết), 23% trả lời không áp dụng, 54,3% cho biết không được trả lương theo mức lương tối thiểu (xem Bảng 2).

Tiền lương thực tế trong tình hình lạm phát hiện nay so với mặt bằng chung có thể coi là thấp, chỉ có thể đáp ứng được nhu cầu sống cơ bản như ăn mặc ở của con người. 43% người lao động cho biết với mức thu nhập như vậy chỉ đáp ứng nhu cầu cơ bản, không có một khoản tiết kiệm nào (vừa đủ,

Bảng 2. Sự hiểu biết của người lao động về việc áp dụng mức lương tối thiểu trong cách tính lương của cơ sở

	Số lượng	%
Có áp dụng mức lương tối thiểu	8	22,9
Không áp dụng mức lương tối thiểu	8	22,9
Không biết	19	54,3
Tổng	35	100,0

Nguồn: Dự án Trách nhiệm xã hội và môi trường của doanh nghiệp (CSER) và năng lực cạnh tranh cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ (SMES) ở các nước đang phát triển: Nam Phi và Việt Nam. 2011.

không dư không thiếu); 26% cho rằng có thể dành dụm được một ít nếu chi tiêu tiết kiệm (xem Bảng 3).

Các khoản phúc lợi người lao động được hưởng theo hình thức phi chính thức. Đa số người lao động trong các cơ sở không có bảo hiểm xã hội, bảo hiểm y tế. Đối với một số ngành liên quan đến dịch vụ, vệ sinh an toàn thực phẩm thì người lao động được đi khám sức khỏe định kỳ; còn đối với các ngành khác thì chưa được khám sức khỏe định kỳ hàng năm, khi người lao động bị bệnh thường được chủ cơ sở cho tiền khám bệnh. Ngoại trừ những nhân viên có trình độ chuyên môn kỹ thuật ở các vị trí như kế toán, quản lý,... người lao động trực tiếp sản xuất không được hưởng các khoản trợ cấp như tiền chuyên cần, tiền hỗ trợ xăng xe đi lại, tiền độc hại,... Họ thường được hưởng các phúc lợi xã hội theo hình thức phi chính thức như bao ăn trưa tại cơ sở (ăn cùng với gia đình chủ cơ sở); có thể vay mượn tiền, ứng trước tiền lương khi có nhu cầu cấp thiết (mua xe, có việc gia đình,...); có thể nghỉ làm việc một vài ngày khi gia đình có hiếu hỉ, ốm đau

bệnh tật mà không cần phải có giấy chứng nhận của bác sĩ hay làm các thủ tục xin nghỉ phép phức tạp; lễ và tết được thưởng nhưng không tính theo năng suất lao động.

1.3. Môi trường làm việc, mô hình quản lý của cơ sở sản xuất kinh doanh

Người lao động chưa được trang bị bảo hộ lao động, cơ sở chưa đầu tư thiết bị công nghệ hiện đại đảm bảo an toàn lao động cho người lao động. Qua quan sát tham dự và ý kiến trả lời của chủ cơ sở, người lao động thì hầu hết các cơ sở sản xuất chỉ trang bị những bảo hộ lao động thiết yếu trong quá trình sản xuất như găng tay, khẩu trang đối với một số bộ phận như chế biến, vệ sinh. Còn đối với vấn đề an toàn lao động trong quá trình sản xuất thì hầu như chưa được quan tâm, nhiều cơ sở do quy mô sản xuất nhỏ, vốn ít nên chưa đầu tư hệ thống trang thiết bị hiện đại. Tuy nhiên, người lao động cảm thấy hài lòng với vấn đề bảo hộ, an toàn lao động (trên 70% ý kiến cho rằng hài lòng và rất hài lòng), bởi theo họ, môi trường làm việc không có nhiều chất độc hại, không có gì ảnh hưởng nghiêm trọng đến sức khỏe và

Bảng 3. So sánh mức thu nhập với mức sống

		Dư chi tiêu, xài thoải mái và có tiết kiệm	Đủ chi tiêu nhưng không có tiền tiết kiệm	Vừa đủ, không dư không thiếu	Không đủ chi tiêu	Không đủ, phải vay mượn thêm để chi tiêu	Tổng
Nam	Số lượng	6	2	7	0	0	15
	%	40	13,3	46,7	0	0	100,0
Nữ	Số lượng	3	5	8	3	1	20
	%	15	25	40	15	5	100,0
Tổng	Số lượng	9	7	15	3	1	35
	%	26	20	42,9	8,6	2,9	100,0

Nguồn: Dự án Trách nhiệm xã hội và môi trường của doanh nghiệp (CSER) và năng lực cạnh tranh cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ (SMES) ở các nước đang phát triển: Nam Phi và Việt Nam. 2011.

đảm bảo an toàn lao động “Mặc dù công việc chính là làm lễ tân nhưng cũng có lúc dọn dẹp phòng, dùng thuốc tẩy để dọn dẹp nhưng không mang khẩu trang vì cảm thấy không quan trọng, không có gì nguy hiểm” (Công nhân #1, nhân viên khách sạn). Bên cạnh đó, cũng có một số ý kiến chưa hài lòng, họ cảm thấy không an tâm trong môi trường làm việc không đảm bảo an toàn lao động, một số người lao động sản xuất trực tiếp, tiếp xúc với hóa chất thì cho rằng “Tiếp xúc với hóa chất nhiều mà không có gì bảo vệ, không được trang bị khẩu trang chống độc, không có bao tay” (Công nhân #14, cơ sở sản xuất giày). “Cảm thấy không an toàn về hệ thống điện” (Công nhân #20, nhân viên khách sạn). “Không trang bị bảo hộ lao động đầy đủ, công nhân chưa được truyền đạt kiến thức lao động để đảm bảo an toàn” (Công nhân #24, cơ sở chế biến nông sản).

Mối quan hệ lao động theo mô hình “công ty gia đình”. Cũng như các nghiên cứu trước đây đã khẳng định, mối quan hệ chủ-thợ trong các cơ sở sản xuất kinh doanh cá thể là mối quan hệ gia đình. Kết quả

khảo sát các cơ sở sản xuất kinh doanh tại TPHCM cũng cho thấy, phần lớn cơ sở khu vực này quản lý theo mô hình “công ty gia đình”. Người sử dụng lao động hòa đồng, cởi mở, thường xuyên quan tâm đến người lao động. “Chủ đối xử với công nhân như anh em trong nhà, không có sự phân biệt chủ tớ. Vợ chồng chủ đối xử với công nhân rất tốt” (Công nhân #2, cơ sở chế biến nông sản). “Chủ thường xuyên nhắc nhở, tiếp xúc nói chuyện với công nhân” (Công nhân #9, cơ sở chế biến nông sản). Nhìn chung, người lao động đánh giá mối quan hệ lao động trong cơ sở rất thân thiện. Ngoài giờ làm việc, chủ và thợ có những buổi giao lưu rất thân thiết như đi ăn tối, tổ chức hát karaoke,... tạo không khí rất vui vẻ. 80,6% chủ cơ sở cũng tự đánh giá mối quan hệ lao động là tốt và rất tốt. Kết quả là 85,6% ý kiến cho rằng hài lòng và rất hài lòng với môi trường làm việc ở khu vực này (Xem Bảng 4).

Đây cũng chính là một trong những yếu tố giữ chân người lao động gắn bó lâu dài với cơ sở. Khi được hỏi yếu tố nào giữ chân người lao động làm việc lâu dài trong các

Bảng 4. Mức độ hài lòng của người lao động về cách ứng xử, quản lý của chủ cơ sở với người lao động

		Không hài lòng	Trung lập	Hài lòng	Rất hài lòng	Tổng
Nam	Số lượng	0	0	10	5	15
	%	0	0	67	33	100,0
Nữ	Số lượng	3	2	8	7	20
	%	15	10	40	35	100,0
Tổng	Số lượng	3	2	18	12	35
	%	8,6	5,7	51,4	34,3	100,0

Nguồn: Dự án *Trách nhiệm xã hội và môi trường của doanh nghiệp (CSER) và năng lực cạnh tranh cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ (SMEs) ở các nước đang phát triển: Nam Phi và Việt Nam*. 2011.

cơ sở sản xuất kinh doanh, họ cho rằng đó chính là môi trường làm việc, cụ thể là cách đối xử của chủ doanh nghiệp (tình cảm, quan tâm đến nhân viên, không có sự phân biệt chủ thợ,...).

Như vậy, người lao động trong khu vực này thường có công việc thiếu ổn định, không bị ràng buộc bởi yếu tố pháp lý. Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp chủ yếu được thực hiện theo kênh phi chính thức, không có sự ràng buộc nhất định và phụ thuộc hoàn toàn vào người sử dụng lao động, người lao động luôn ở thế bị động và chịu thiệt thòi về lợi ích. Mặc dù người lao động cảm thấy hài lòng với công việc hiện tại và các khoản phúc lợi, an sinh xã hội hiện tại; nhưng xét trên bình diện chung thì trách nhiệm xã hội của cơ sở sản xuất kinh doanh cá thể còn chưa được quan tâm đúng mức.

2. CÁC YẾU TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN VIỆC THỰC HIỆN TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI ĐỐI VỚI NGƯỜI LAO ĐỘNG

2.1. Quy mô hoạt động của cơ sở sản xuất kinh doanh nhỏ, số lượng lao động ít

Khi được hỏi vì sao không ký hợp đồng, mua bảo hiểm xã hội, bảo hiểm y tế cho người lao động, phần lớn chủ cơ sở đều cho rằng xuất phát từ quy mô hoạt động nhỏ, số lượng lao động nhỏ, tính biến động lao động cao “Bảo hiểm không mua vì nhân viên lao động ít, nhân viên thay đổi liên tục. Hơn nữa, theo quy định hợp đồng lao động, đăng ký trên Sổ Lao động-Thương binh và Xã hội, cơ sở có từ 10 người trở lên thì mới bắt buộc” (Chủ cơ sở #10, dịch vụ khách sạn).

Vốn sản xuất kinh doanh ở khu vực này thường là đầu tư nhỏ, quy mô vốn ít, cơ

cấu nguồn vốn chủ yếu là từ nguồn vốn của gia đình; thiếu nguồn tài chính và kỹ thuật để thực hiện các chuẩn mực trách nhiệm xã hội doanh nghiệp.

Thị trường tiêu thụ sản phẩm cũng là một trong những yếu tố ảnh hưởng lớn đến việc thực hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp. Đối với các doanh nghiệp lớn, thị trường thường là xuất khẩu, khách hàng có những đòi hỏi, yêu cầu nghiêm ngặt về việc thực hiện các tiêu chuẩn lao động quốc tế, trong đó trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp đối với người lao động được đặt lên hàng đầu; do đó, buộc các doanh nghiệp phải thực hiện đúng các chuẩn mực trách nhiệm xã hội doanh nghiệp. Trong khi đó, ở các cơ sở sản xuất kinh doanh cá thể, thị trường tiêu thụ nhỏ lẻ, chủ yếu cung cấp sản phẩm ngay tại địa phương và một số vùng lân cận, thậm chí nhiều cơ sở chưa có thương hiệu, tên nhãn riêng trên hàng hóa; họ không chịu bất kỳ một áp lực nào về việc thực hiện tốt trách nhiệm xã hội doanh nghiệp. Do đó, vấn đề trách nhiệm xã hội đối với người lao động chưa được thực hiện tốt, chủ yếu mang tính chất quy mô gia đình, phụ thuộc vào mối quan tâm, nhận thức của chủ cơ sở.

2.2. Nhận thức về trách nhiệm xã hội của cơ sở sản xuất kinh doanh còn hạn chế

Như trên đã phân tích, mặc dù thông qua kênh phi chính thức nhưng người lao động cũng ít nhiều được thụ hưởng một số khoản phúc lợi, an sinh xã hội tại cơ sở làm việc. Tuy nhiên, ngay cả bản thân chủ cơ sở cũng cho rằng đó là trách nhiệm xã hội của cơ sở đối với người lao động. Một số nghiên cứu trước đây đã khẳng định, việc thực hiện trách nhiệm xã hội chưa tốt là do nhận thức của doanh nghiệp còn hạn

chế, kể cả doanh nghiệp siêu nhỏ, nhỏ và vừa, chủ yếu là doanh nghiệp tư nhân trong nước. Với xuất phát điểm về tiềm lực kinh tế thấp, quy mô nhỏ bé là yếu tố khiến các doanh nghiệp vừa và nhỏ không đủ tiềm lực để đầu tư khoa học-công nghệ vào sản xuất nhằm nâng cao năng suất và chất lượng sản phẩm, nhưng biết phát huy sáng kiến của người lao động, doanh nghiệp vẫn có thể cải thiện được năng lực sản xuất, kinh doanh, tạo ra lợi nhuận và lợi thế mới cho doanh nghiệp, thực hiện tốt trách nhiệm xã hội doanh nghiệp. Và người chủ doanh nghiệp ở đây thường có quan niệm sai lầm rằng, thương hiệu của doanh nghiệp chỉ dựa vào những hình ảnh quảng cáo mà quên rằng chính trách nhiệm xã hội là yếu tố quan trọng làm nên thương hiệu của doanh nghiệp trong bối cảnh kinh tế hiện nay.

Đối với cơ sở sản xuất kinh doanh cá thể, hộ gia đình thì lại càng có cơ sở để khẳng định điều này. Có đến 40% chủ cơ sở hoàn toàn chưa bao giờ nghe nói về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp, 60% đã từng nghe về cụm từ này. Tuy nhiên, khoảng cách từ việc nghe đến việc hiểu và thực hiện là khá lớn. Trong 60% người đã nghe cụm từ này thì kết quả khảo sát cho thấy phần lớn không ai hiểu được rõ ràng và đầy đủ về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp: “Bản thân cũng tham dự một vài hội thảo, có đọc báo, xem internet, nên có biết về cụm từ trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp, nhưng với quy mô cơ sở nhỏ nên chỉ là nghe qua chứ không quan tâm, để ý đến” (Chủ cơ sở #2, cơ sở dệt may). Khi được hỏi “Ông/bà hiểu như thế nào về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp” thì phần lớn mọi người cho rằng

đó chính và chỉ là hoạt động từ thiện của cơ sở đóng góp cho địa phương, cho một số hoạt động từ thiện ở các nơi khác; hoặc ý kiến khác lại cho rằng đó chính là trách nhiệm đối với người tiêu dùng “cơ sở phải đảm bảo an toàn vệ sinh thực phẩm” (Chủ doanh nghiệp #1, cơ sở chế biến nông sản).

3. GIẢI PHÁP THÚC ĐẨY CÁC CƠ SỞ SẢN XUẤT CÁ THỂ THỰC HIỆN TỐT TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI, ĐẢM BẢO PHÚC LỢI XÃ HỘI CHO NGƯỜI LAO ĐỘNG

Với hệ thống thông tin phong phú, đa dạng như hiện nay, trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp đã được phổ biến rộng rãi. Song làm thế nào để thu hút được sự chú ý của các cơ sở sản xuất kinh doanh cá thể, giúp họ hiểu đúng, đầy đủ và thực hiện tốt trách nhiệm xã hội là một vấn đề lớn được đặt ra.

Với đặc trưng riêng của cơ sở sản xuất kinh doanh cá thể với quy mô nhỏ, nguồn vốn ít, thị phần thấp,... khó có thể thực hiện trách nhiệm xã hội doanh nghiệp theo đúng chuẩn mực, thực hiện theo bộ quy tắc ứng xử. Do đó, trong khuôn khổ tính chất của loại hình hoạt động, nhóm nghiên cứu chỉ đưa ra một số đề xuất nhằm nâng cao phúc lợi xã hội cho người lao động, giúp người lao động trong khu vực này tiếp cận bảo trợ xã hội tốt hơn thông qua việc thực hiện trách nhiệm xã hội của cơ sở.

3.1. Hỗ trợ cho người lao động trong các cơ sở sản xuất kinh doanh cá thể tiếp cận tốt an sinh xã hội thông qua việc nâng cao nhận thức về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp

Thứ nhất, cần tăng cường thông tin, tuyên truyền để mọi người hiểu đúng bản chất

của cụm từ “trách nhiệm xã hội”. Trong đó, chú ý đến phương pháp truyền thông, cần thay đổi tư duy truyền thông. Có thể truyền thông lồng ghép trong các buổi sinh hoạt tại địa phương, bởi đối tượng truyền thông muốn nhắm đến không đơn thuần chỉ là các cơ sở sản xuất kinh doanh, mà quan trọng hơn nữa là nhóm người lao động được hưởng lợi ích trực tiếp.

Thứ hai, cho đến nay công trình nghiên cứu về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp còn khá ít và chưa tập trung phân tích sâu chủ đề này; do đó, cần tăng cường công tác nghiên cứu khoa học về việc thực hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp vừa và nhỏ, của các cơ sở sản xuất với quy mô rộng, mang tính đại diện nhằm đưa ra những khó khăn, vướng mắc cụ thể của doanh nghiệp trong quá trình thực hiện trên cơ sở so sánh đối chiếu giữa các loại hình doanh nghiệp, từ đó đề xuất những giải pháp cụ thể hướng tới đẩy mạnh việc thực hiện trách nhiệm xã hội, mang lại hiệu quả cao, người lao động được hưởng chế độ an sinh xã hội tốt hơn.

Thứ ba, đặc biệt đối với người lao động ở các cơ sở sản xuất cá thể, cần phải đẩy mạnh việc tiếp cận bảo trợ xã hội từ những kênh chính thức và đảm bảo tính bền vững trên cơ sở nâng cao nhận thức của cơ sở sản xuất kinh doanh cá thể và có những ràng buộc nhất định về mặt pháp lý.

3.2. Giải pháp về chính sách

Thứ nhất, tăng cường khả năng tiếp cận nguồn tài chính cho các cơ sở sản xuất kinh doanh cá thể. Các cơ sở thuộc khu vực này thường ngại tiếp cận với nguồn vốn ngân hàng bởi họ không thể đáp ứng

một số yêu cầu. Do đó, cần có những hỗ trợ riêng dành cho khu vực này nhằm tăng cường tiếp cận nguồn vốn và khả năng phát triển, trong đó chú ý đến việc thay đổi cơ cấu hoạt động kinh doanh và nâng cao năng lực quản lý.

Thứ hai, cần có những chính sách hợp lý dành cho các cơ sở sản xuất kinh doanh về môi trường làm việc và các tiêu chuẩn lao động, tăng cường công tác kiểm tra, giám sát nhằm đảm bảo quyền lợi một cách chính đáng cho người lao động trong khu vực này.

Thứ ba, cần có cơ chế để tạo khung hành lang pháp lý trong việc sử dụng lao động, đảm bảo quyền và lợi ích cơ bản cho người lao động. □

CHÚ THÍCH

⁽¹⁾ *Việc làm tại khu vực kinh tế phi chính thức: Hàng triệu lao động chưa được hưởng an sinh xã hội*, 08:41-14/05/2010, <http://vieclam.donga.edu.vn>.

⁽²⁾ Theo: Nguyễn Thị Thu Trang. *Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp*. <http://www.Doanhnhavn360.com/PortletBlank.aspx/44D1988963164E>.

⁽³⁾ Tác giả sử dụng nguồn số liệu của Dự án nghiên cứu về “Trách nhiệm xã hội và môi trường của doanh nghiệp (CSER) và năng lực cạnh tranh cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ (SMES) ở các nước đang phát triển: Nam Phi và Việt Nam” với kinh phí từ Cơ quan phát triển Pháp (AFD), Copenhagen Business School và Đại học California State, Đại học Monterey Bay đã hợp tác với Viện Phát triển bền vững vùng Nam Bộ (SISD) của Việt Nam và Tập đoàn Antea của Nam Phi thực hiện năm 2011. Tác giả báo cáo này là một trong những thành viên Việt Nam thực hiện đề tài này. Xin chân thành cảm ơn nhóm thực hiện đề tài đã cho phép sử dụng nguồn dữ liệu này.

⁽⁴⁾ Đặc trưng phổ biến của loại hình doanh nghiệp ở Việt Nam nói chung và TPHCM nói riêng. Theo số liệu điều tra doanh nghiệp hàng năm của Tổng cục Thống kê, TPHCM với đặc trưng của trung tâm kinh tế đã quy tụ 78.022 doanh nghiệp (chiếm 50% tổng doanh nghiệp cả nước) vào năm 2009, tập trung chủ yếu là doanh nghiệp siêu nhỏ (77%), doanh nghiệp nhỏ và vừa (21%).

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Lê Đăng Doanh. 2009. *Một số vấn đề về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp Việt Nam*. Tạp chí Triết học. Số 3/2009.
2. Nguyễn Đình Long, Hoàng Quang Thiệu. 2009. *Trách nhiệm xã hội của các doanh nghiệp nhỏ và vừa trong khu vực nông nghiệp, nông thôn*.
<http://www.tapchicongsan.org.vn/Home/nong-nghiep-nong-thon/2009/973/Trach-nhiem-xa-hoi-cua-cac-doanh-nghiep-nho-va-vua-trong.aspx>
3. Phạm Văn Đức. 2009. *Trách nhiệm xã hội*

của doanh nghiệp Việt Nam: Một số vấn đề lý luận và thực tiễn cấp bách. Tạp chí Triết học. Số 3/2009.

4. Ralf Hussmanns. 2012. *Khu vực kinh tế phi chính thức và việc làm phi chính thức - Phân tích giữa các nước trên cơ sở dữ liệu chủ yếu và các định nghĩa chuẩn thống kê quốc tế*. Hội thảo quốc tế: Khu vực kinh tế phi chính thức và việc làm phi chính thức. Tháng 5/2012.
5. Tài liệu Khóa học Tam đảo. 2010. *Chiến lược giảm nghèo: các cách tiếp cận phương pháp luận và liên ngành*, Khóa học mùa hè về khoa học xã hội 2009. Hà Nội: Nxb. Tri thức.
6. Tổng cục Thống kê. 2010. *Báo cáo điều tra cơ sở sản xuất kinh doanh cá thể năm 2010*.
7. *Việc làm tại khu vực kinh tế phi chính thức: Hàng triệu lao động chưa được hưởng an sinh xã hội*. 08:41-14/05/2010.
<http://vieclam.donga.edu.vn>.