

# NÂNG CAO TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI CỦA DOANH NGHIỆP TRONG SỬ DỤNG NGUỒN NHÂN LỰC

 LÊ XUÂN SINH\*

Ngày nhận: 16/11/2018

Ngày phản biện: 22/11/2018

Ngày duyệt đăng: 24/12/2018

**Tóm tắt:** Nguồn nhân lực là nguồn lực quan trọng, cần thiết không thể thiếu của bất cứ tổ chức nào. Trong quá trình sử dụng, các tổ chức cần nhận thức một cách đầy đủ, đúng đắn về vai trò của nguồn nhân lực, từ đó sử dụng có hiệu quả hướng tới mục tiêu phát triển bền vững. Bài viết làm rõ khái niệm, ý nghĩa, thực trạng trách nhiệm xã hội của các doanh nghiệp Việt Nam trong sử dụng nguồn nhân lực, đề xuất các giải pháp nâng cao trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp nhằm sử dụng một cách hiệu quả nguồn nhân lực và phát triển bền vững doanh nghiệp nói riêng và xã hội nói chung.

**Từ khóa:** Trách nhiệm xã hội, trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp, nguồn nhân lực.

## ENHANCE CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN USING HUMAN RESOURCES

**Abstract:** Human resources are an important, indispensable resource of any organization. In the process of using, organizations need to have a full understanding of the role of human resources, which is used effectively towards the goal of sustainable development. This article addresses the social responsibility of enterprises in the use of human resources, clarifies the concept of social responsibility in the use of human resources of enterprises, the meaning of raising social responsibility in the using human resources; the social responsibility of Vietnamese enterprises in the use of human resources, the solutions to improving the social responsibility of enterprises in the use of human resources in order to use human resources efficiently for the sustainable development of enterprises in particular and society in general.

**Keywords:** Social responsibility, corporate social responsibility, Human resources.

### 1. Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp trong sử dụng nguồn nhân lực

*Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (Corporate Social Responsibility, viết tắt là CSR)* theo nghĩa rộng 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. Nó 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.

Theo Hội đồng Doanh nghiệp thế giới vì sự phát triển bền vững: “CSR là sự cam kết trong việc ứng xử hợp đạo lý và đóng góp vào sự phát triển kinh tế, đồng thời cải thiện chất lượng cuộc sống của lực lượng lao động và gia đình họ, cũng như của cộng đồng địa phương và của toàn xã hội nói chung”<sup>1</sup>.

Còn theo Ngân hàng Thế giới (WB) thì CSR là những cam kết của doanh nghiệp đóng góp cho việc phát triển kinh tế bền vững, thông qua việc tuân thủ 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, phát triển cộng đồng... theo cách có lợi cho cả doanh nghiệp cũng như phát triển chung của doanh nghiệp.<sup>2</sup>

Mặc dù, đến nay vẫn còn những quan điểm và cách diễn đạt khác nhau, nhưng về cơ bản CSR được hiểu là những cam kết trong việc ứng xử của các doanh nghiệp đối với người lao động hướng tới sự phát triển bền vững bao gồm nâng cao chất lượng sống đối với người lao động, bảo đảm các quyền và lợi ích hợp pháp, chính đáng của người lao động. CSR trong sử dụng nguồn nhân lực có nội hàm tương đối rộng, liên quan đến những cam kết ứng xử của

<sup>1,2</sup> Trần Anh Phương. Trách nhiệm xã hội của các doanh nghiệp và vận dụng ở Việt Nam hiện nay/Tạp chí Triết học, số 8 (219), tháng 8 - 2009

\* Trường Đại học Công đoàn

doanh nghiệp đối với nguồn nhân lực, mà trước hết được thể hiện thông qua những hoạt động như tuyển dụng, đào tạo, bố trí, đãi ngộ, các chế độ, chính sách lương, thưởng, phúc lợi, thăng tiến, bảo đảm môi trường, điều kiện vệ sinh, an toàn lao động và các quyền và lợi ích khác liên quan đối với người lao động. Những cam kết này không chỉ nằm trong khuôn khổ tuân thủ các chuẩn mực pháp lý, mà còn bao hàm những chuẩn mực đạo đức, nhân văn bảo đảm cho việc sử dụng nguồn nhân lực một cách hiệu quả hướng phục vụ các mục tiêu phát triển bền vững của doanh nghiệp, lợi ích của người lao động và cộng đồng, xã hội. Có thể diễn giải trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp trong sử dụng nguồn nhân lực theo các khía cạnh sau:

- Trách nhiệm xã hội trong tuyển dụng
- Trách nhiệm xã hội trong đào tạo
- Trách nhiệm xã hội trong bố trí nhân lực
- Trách nhiệm xã hội trong bảo đảm quyền lợi cho người lao động
- Trách nhiệm xã hội trong quan hệ nhân sự.

## **2. Thực trạng trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp Việt Nam trong sử dụng nhân lực**

CSR nói chung và CSR trong sử dụng nguồn nhân lực là khái niệm mới được du nhập vào Việt Nam khoảng hơn thập niên qua. Do đó, trên thực tế không phải người lãnh đạo doanh nghiệp nào cũng nhận thức được đầy đủ nội hàm CSR, cũng như ý nghĩa mà nó mang lại cho doanh nghiệp trong sản xuất kinh doanh. Trên thực tế, không ít doanh nghiệp cho rằng: Trách nhiệm xã hội là việc tuân thủ thực hiện nghĩa vụ, trách nhiệm pháp lý liên quan đến hoạt động của doanh nghiệp theo quy định, nghĩa là doanh nghiệp chỉ có trách nhiệm thực hiện các hoạt động trong khuôn khổ pháp luật và không bị pháp luật cấm, đã là hoàn thành trách nhiệm xã hội, mà chưa có những hoạt động, những ứng xử mang ý nghĩa nhân văn hướng tới sự phát triển bền vững cho chính doanh nghiệp, cũng như cộng đồng và xã hội.

Trên thực tế, nhiều doanh nghiệp chỉ lo sản xuất, kinh doanh, chạy theo lợi nhuận, mà ít quan tâm đến lợi ích của người lao động, của cộng đồng, của các đối tác liên quan, chưa thực sự quan tâm thực hiện CSR đối với đối tác, cộng đồng, chưa ý thức đầy đủ về phát triển bền vững, thậm chí, còn vi phạm pháp luật, các chuẩn mực đạo đức, văn hóa trong kinh doanh.

Qua thực tế, có thể rút ra một số vấn đề về thực

hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp Việt Nam trong sử dụng nguồn nhân lực sau đây:

**2.1. Trách nhiệm xã hội trong tuyển dụng:** Phần lớn các doanh nghiệp Việt Nam mới chỉ quan tâm thu hút lao động một cách thuần túy, đảm bảo lao động đáp ứng theo yêu cầu của doanh nghiệp, mà chưa có các ưu tiên cho các đối tượng chính sách xã hội, những thân nhân, người có công với cách mạng, người yếu thế, chưa gắn kết với các định hướng phát triển kinh tế, xã hội của vùng, địa phương, các định hướng chuyển dịch cơ cấu lao động ngành, nghề gắn với chính sách an sinh xã hội và giải quyết việc làm, thu nhập cho dân cư.

**2.2. Trách nhiệm xã hội trong đào tạo:** Trong quá trình sử dụng, các doanh nghiệp, nhất là doanh nghiệp vừa và nhỏ, còn ít chú trọng đến đầu tư cho đào tạo, phát triển nguồn nhân lực, chưa hỗ trợ cần thiết về tài chính, thời gian và các điều kiện vật chất, tinh thần khác giúp người lao động cập nhật kiến thức, kỹ năng, nâng cao trình độ chuyên môn, tay nghề thích ứng với công việc và sự thay đổi của môi trường kinh doanh, nhất là khi có sự thay đổi về khoa học, kỹ thuật, công nghệ, thay đổi hướng sản xuất kinh doanh v.v. Mặt khác, cũng chưa có chiến lược dài hạn trong sử dụng nguồn nhân lực, thiếu sự cảnh báo về nguy cơ, thách thức đối với người lao động, do đó, khi có sự thay đổi nào đó, họ luôn là đối tượng bị động, ít có cơ hội thích ứng với những yêu cầu mới. Trong nhiều trường hợp bị sa thải hàng loạt, gây nên những bất ổn đối với xã hội và người lao động.

**2.3. Trách nhiệm xã hội trong phân công, bố trí nhân lực:** Việc bố trí nhân lực, cũng có những bất cập, nhất là trong các doanh nghiệp nhà nước, việc tiếp nhận, bố trí, phân công công việc, đề bạt, thăng tiến vào các vị trí còn mang “cảm tính”, trong nhiều trường hợp có yếu tố tiêu cực dẫn đến “trái ngành, trái nghề”, “không phù hợp với năng lực thực tế”, các hiện tượng “chạy chức, chạy quyền”, bố trí công việc theo mối quan hệ, “con ông, cháu cha” vẫn còn chưa được khắc phục v.v. Bên cạnh đó, tình trạng bố trí lao động chưa qua đào tạo (đối với những công việc đòi hỏi phải đào tạo trước khi bố trí) vẫn còn khá phổ biến.

**2.4. Trách nhiệm xã hội trong thực hiện chính sách, chế độ đối với người lao động:** Bên cạnh những doanh nghiệp biết quý trọng nguồn nhân lực, biết chăm lo đến quyền và lợi ích của người lao động từ đó có chính sách, chế độ đãi ngộ phát triển nguồn

nhân lực, vẫn còn nhiều doanh nghiệp chưa thực sự quan tâm đến quyền và lợi ích của người lao động. Trên thực tế, các doanh nghiệp chỉ mới đáp ứng các quyền lợi trong khuôn khổ quy định pháp luật, chính sách nhà nước, các lợi ích gia tăng đối với người lao động không nhiều, trong nhiều ngành nghề, mức lương tối thiểu của doanh nghiệp chỉ đáp ứng từ 60 đến 70% mức sống tối thiểu, một bộ phận lớn lao động phổ thông có mức thu nhập dưới mức sống tối thiểu. Vẫn còn nhiều doanh nghiệp, nhất là các doanh nghiệp tư nhân, quy mô vừa và nhỏ, chưa thật sự quan tâm đầu tư cải thiện điều kiện lao động, tiềm ẩn nhiều nguy cơ gây mất an toàn, vệ sinh lao động và xảy ra tai nạn lao động và bệnh nghề nghiệp, nghiêm trọng hơn là vi phạm luật môi trường, luật khai thác tài nguyên, khoáng sản, gây ô nhiễm và cạn kiệt tài nguyên quốc gia, ảnh hưởng đến sự phát triển bền vững trong tương lai.

*2.5. Trách nhiệm xã hội trong quan hệ nhân sự:* Thực chất là thể hiện thái độ, cách ứng xử của doanh nghiệp hay người quản lý với người lao động. Hiện nay, tác phong quản lý đã có những chuyển biến rõ rệt; các doanh nghiệp đã coi trọng phát huy dân chủ nội bộ; nhiều doanh nghiệp đã chú trọng xây dựng nội quy, quy chế, kỷ luật lao động, xây dựng quy tắc ứng xử và văn hóa doanh nghiệp; Người quản lý đã có thái độ ứng xử phù hợp, tôn trọng người lao động. Những hiện tượng vi phạm quy tắc ứng xử trong giao tiếp của người quản lý đối với người lao động đã giảm đáng kể, rất ít xảy ra các vụ việc gây phản ứng từ xã hội.

Hiện nay, các hoạt động gắn liền trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp chưa mang tính phổ biến và mới chỉ manh nha thực hiện tại một số doanh nghiệp có vốn đầu từ nước ngoài. Chẳng hạn như “Chương trình tôi yêu Việt Nam” của công ty Honda - Vietnam; “Chương trình giáo dục vệ sinh cá nhân” cho các trẻ em của công ty Unilever; “Chương trình đào tạo tin học Topic 64” của Microsoft, Qualcomm và HP; “Chương trình hỗ trợ dị tật tim bẩm sinh” và “Chương trình ủng hộ nạn nhân vụ sập cầu Cần Thơ” của Vinacapitat, Samsung; “Chương trình khôi phục thị lực cho trẻ em nghèo” của Western Union; v.v.

Các doanh nghiệp Việt Nam, chủ yếu là các tập đoàn, tổng công ty, các doanh nghiệp lớn hàng năm có tổ chức hoạt động xã hội, từ thiện, được xã hội biết đến như các tập đoàn Mai Linh, Tân Tạo, Duy Lợi, ACB, Sacombank, Kinh Đô, Viettel... Từ năm

2005, nước ta đã có giải thưởng “CSR hướng tới sự phát triển bền vững” được tổ chức bởi Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI), Bộ Lao động - Thương binh và Xã hội, Bộ Công thương cùng các hiệp hội Da giày, Dệt may tổ chức nhằm tôn vinh các doanh nghiệp thực hiện tốt công tác CSR trong bối cảnh hội nhập.

Cho đến năm 2006, đã có 50 doanh nghiệp ngành dệt may và da giày tham dự hoạt động này vì đã nhận thấy tính thiết thực của nó. Khảo sát do Viện Khoa học Lao động và Xã hội tiến hành gần đây trên 24 doanh nghiệp thuộc hai ngành dệt may và da giày đã chỉ ra rằng, nhờ thực hiện các chương trình CSR, doanh thu của các doanh nghiệp này đã tăng 25%, năng suất lao động cũng tăng từ 34,2 lên 35,8 triệu đồng/lao động/năm, tỷ lệ hàng xuất khẩu tăng từ 94% lên 97%. Ngoài hiệu quả kinh tế, các doanh nghiệp còn có lợi từ việc tạo dựng hình ảnh với khách hàng, sự gắn bó và hài lòng của người lao động, thu hút lao động có chuyên môn cao,<sup>3...</sup>

Năm 2008, tổng kết có 100 doanh nhân Việt Nam tiêu biểu được trao tặng Cúp Thánh Gióng được vinh danh là doanh nhân tiêu biểu, có gắn với các hoạt động từ thiện, hoạt động xã hội.

Tóm lại: ở Việt Nam, CSR còn tương đối mới mẻ và việc thực hiện còn nhiều hạn chế. Theo Ngân hàng Thế giới tại Việt Nam, rào cản và thách thức lớn nhất là: 1) Nhận thức về khái niệm CSR còn hạn chế; 2) Năng suất bị ảnh hưởng khi phải thực hiện đồng thời nhiều bộ quy tắc ứng xử COC (Code of Conduct); 3) Thiếu nguồn tài chính và kỹ thuật để thực hiện các chuẩn mực trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (đặc biệt là đối với các doanh nghiệp nhỏ và vừa); 4) Sự nhầm lẫn do khác biệt giữa qui định của trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp và Bộ luật Lao động; 5) Những quy định trong nước ảnh hưởng tới việc thực hiện các bộ quy tắc ứng xử. Cụ thể, từng thách thức được diễn giải qua 3 lý do sau<sup>4</sup>:

*Một là*, sự hiểu biết của doanh nghiệp về trách nhiệm xã hội chưa đầy đủ. Nhiều doanh nghiệp cho rằng trách nhiệm xã hội chủ yếu là các hoạt động từ thiện, mà chưa hiểu rằng việc thực hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp là phải thể hiện trực tiếp

<sup>3, 4</sup> Nguyễn Đình Cung và Lưu Minh Đức. Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp - CSR: một số vấn đề lý luận và yêu cầu đổi mới quản lý nhà nước đối với CSR ở Việt Nam/ Vnep. Vn, tháng 1-2009.

trong toàn bộ các hoạt động sản xuất, kinh doanh của các doanh nghiệp, trong đó, có cả trách nhiệm đối với người lao động, khách hàng, các đối tượng liên quan và chịu tác động bởi các hoạt động sản xuất kinh doanh.

- *Hai là*, Thiếu hụt nguồn tài chính, vật chất và kỹ thuật để thực hiện các chuẩn mực trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp, đặc biệt là các doanh nghiệp nhỏ và vừa.

- *Ba là*, tính pháp lý của việc đánh giá thực hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp Việt Nam còn bất cập và hạn chế. Mặc dù, hiện nay đã có các bộ quy tắc ứng xử COC và các tiêu chuẩn chế định khác, như SA8000, WRAP, ISO 14000, GRI..., song các tiêu chuẩn này lại không phải là thỏa thuận giữa các chính phủ hay quy định của các công ước quốc tế, mà thường vẫn chỉ là ràng buộc giữa các nhà xuất nhập khẩu hoặc do chính các doanh nghiệp tự đặt ra, vì thế còn thiếu tính pháp định quốc gia và càng thiếu tính pháp định thông lệ quốc tế.

### **3. Các giải pháp nâng cao trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp Việt Nam trong sử dụng nguồn nhân lực**

Trong bối cảnh hội nhập quốc tế, trước đòi hỏi ngày càng cao và khắt khe của xã hội, thực hiện trách nhiệm xã hội nói chung và trách nhiệm xã hội trong sử dụng nguồn nhân lực nói riêng của các doanh nghiệp Việt Nam ngày càng trở nên cấp thiết. Để nâng cao trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp trong sử dụng nguồn nhân lực, theo tác giả cần thực hiện một số giải pháp sau:

#### **+ Về phía Nhà nước**

*Một là*, nâng cao nhận thức của doanh nghiệp về trách nhiệm xã hội nói chung và sử dụng nguồn nhân lực nói riêng. Tăng cường công tác tuyên truyền, giáo dục nâng cao nhận thức về đạo đức kinh doanh và văn hóa doanh nghiệp. Tổ chức các lớp tập huấn, bồi dưỡng nâng cao kiến thức về đạo đức kinh doanh cho các doanh nhân, các nhà quản lý, hoạch định chính sách..., chú trọng làm rõ nội hàm của trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp dưới góc độ pháp lý, kinh tế gắn liền với trách nhiệm đạo đức, nhân văn, phát triển bền vững của cộng đồng, người lao động và xã hội. Thực hiện các chương trình truyền thông, quảng cáo phi lợi nhuận cho các mục đích nhân đạo, từ thiện. Cần 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.

*Hai là*, xây dựng và hoàn thiện hệ thống pháp luật các bộ quy tắc ứng xử liên quan đến CSR của doanh nghiệp. Tham khảo và vận dụng các kinh nghiệm của các nước trong xây dựng quy tắc ứng xử, hệ thống văn bản, chính sách về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp vào các doanh nghiệp Việt Nam gắn liền với hoạt động xúc tiến thị trường cho từng ngành nghề nhất định, có tính đến đặc thù của các lĩnh vực, ngành nghề kinh doanh, nhất là những quy định có tính bắt buộc của từng thị trường, quốc gia, vùng lãnh thổ.

*Ba là*, xây dựng và ban hành chính sách khuyến khích, hỗ trợ các doanh nghiệp thực hiện CSR. 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.

*Bốn là*, có chế tài và các biện pháp đủ mạnh để xử lý vi phạm của các doanh nghiệp trong việc thực hiện CSR, nhất là đối với các doanh nghiệp sản xuất các mặt hàng nông sản, thực phẩm không bảo đảm chất lượng, gây ảnh hưởng đến sức khỏe và tính mạng của người tiêu dùng và gây ô nhiễm môi trường. Đồng thời, cần tăng cường các hình thức khuyến khích, động viên, khen thưởng đối với các doanh nghiệp tự giác và thực hiện tốt trách nhiệm xã hội, như giải thưởng trách nhiệm xã hội, thương hiệu "xanh", cấp chứng chỉ cho các doanh nghiệp bảo đảm các yêu cầu liên quan đến các tiêu chuẩn trách nhiệm xã hội trong các bộ quy tắc ứng xử được áp dụng.

#### **+ Về phía doanh nghiệp**

*Một là*, thay đổi nhận thức về việc thực hiện CSR của doanh nghiệp, đặc biệt là đối với đội ngũ các nhà quản trị cấp cao trong doanh nghiệp. Cần nhận thức đầy đủ về ý nghĩa, vai trò, sự cần thiết phải thực hiện và nâng cao CSR trong sử dụng nguồn nhân lực. Hiểu rõ nội hàm của CSR của doanh nghiệp trong sử dụng nguồn nhân lực, từ đó, hình thành các biện pháp thực hiện các CSR một cách bài bản, hệ thống phù hợp với điều kiện, hoàn cảnh của từng doanh nghiệp.

Trong quản lý và sử dụng nguồn nhân lực, cần nhận thức và phân biệt rõ trách nhiệm pháp lý và trách nhiệm nhân văn trong các hoạt động tuyển dụng, đào tạo, bố trí, đãi ngộ lao động, cũng như trách nhiệm, thái độ của người lãnh đạo, quản lý trong giao tiếp nhân sự.

*Hai là*, Có chiến lược dài hạn trong việc xây dựng và thực hiện các tiêu chuẩn CSR. Cần tuân thủ pháp luật lao động, các thông lệ quốc tế về quản lý lao động, áp dụng và thực hiện các chuẩn mực tiên tiến. Các doanh nghiệp cần xây dựng một lộ trình phù hợp trong việc từng bước thực hiện những nội dung CSR không chỉ phù hợp với các chuẩn mực chung, mà còn được các chủ thể có liên quan chấp nhận, góp phần tích cực vào sự phát triển của nền kinh tế Việt Nam đang trong quá trình hội nhập ngày càng sâu và rộng hơn vào kinh tế khu vực và toàn cầu.

*Ba là*, thực hiện tuyển dụng gắn với thực hiện trách nhiệm xã hội. Cần có chính sách tuyển dụng công bằng, công khai, chính xác trên cơ sở tiêu chuẩn vị trí, chức danh công việc có hướng tới ưu tiên cho các đối tượng chính sách xã hội. Có biện pháp ngăn ngừa tiêu cực trong tuyển dụng bảo đảm công khai, minh bạch.

*Bốn là*, quan tâm đến đào tạo nâng cao chất lượng nguồn nhân lực. Có kế hoạch đào tạo. Dành riêng một tỷ lệ kinh phí đầu tư cho công tác đào tạo. Tập trung đào tạo định hướng, đào tạo lại, đào tạo nâng cao, tạo điều kiện về thời gian, vật chất để khuyến khích người lao động học tập, nâng cao trình độ chuyên môn tay nghề. Khuyến khích tự học, tự đào tạo với việc hỗ trợ từ phía doanh nghiệp.

*Năm là*, thực hiện phân công bố trí hợp lý khoa học. Tiến hành phân tích, thiết kế công việc, hoàn thiện các tiêu chuẩn chức danh, công việc, trên cơ sở kiểm tra, đánh giá năng lực cá nhân, phân công bố trí lao động hợp lý, bảo đảm đúng người - đúng việc và phát triển nghề nghiệp cá nhân, động viên, khuyến khích người lao động học tập, nghiên cứu hoàn thiện và phát triển năng lực bản thân. Thường xuyên xem xét đánh giá tác động của môi trường, điều kiện làm việc, có kế hoạch cải thiện điều kiện lao động, tuân thủ mọi quy định, nguyên tắc về an toàn, vệ sinh lao động, bảo hộ lao động. Có kế hoạch đầu tư cơ sở vật chất, trang thiết bị, hiện đại hóa máy móc, có kế hoạch duy tu, bảo dưỡng, sửa chữa kịp thời.

*Sáu là*, bảo đảm các chế độ quyền và lợi ích cho người lao động. Phối hợp cùng công đoàn đàm phán, thương lượng, ký kết thỏa ước lao động tập thể, làm cơ sở để doanh nghiệp và người lao động cam kết thực hiện, trách nhiệm, nghĩa vụ, bảo đảm thực hiện tốt các chế độ, quyền lợi hợp pháp chính đáng cho người lao động, tăng cường phúc lợi, dịch vụ,

quan tâm thu nhập, cải thiện và nâng cao đời sống của người lao động bảo đảm bảo sự hài hòa về lợi ích của doanh nghiệp và người lao động. Xây dựng quan hệ lao động hài hòa, ổn định và tiến bộ,...

*Bảy là*, xây dựng quy tắc ứng xử và văn hóa trong quản lý. Quan tâm xây dựng bộ quy tắc ứng xử văn hóa trong doanh nghiệp, bảo đảm mọi giao tiếp, ứng xử phù hợp có văn hóa. Thực hiện tốt quy chế dân chủ cơ sở.

### Kết luận

CSR của doanh nghiệp nói chung và CSR của doanh nghiệp trong sử dụng nguồn nhân lực nói riêng là vấn đề mới mẻ đối với các doanh nghiệp Việt Nam, nhất là các doanh nghiệp nhỏ và vừa. Ở Việt Nam, nhận thức và triển khai thực hiện các CSR vẫn còn nhiều hạn chế, bất cập, dẫn đến trách nhiệm xã hội ít được quan tâm. Cho đến nay, phần lớn doanh nghiệp chưa hiểu và nhận thức đầy đủ về nội hàm của CSR, do đó chưa có chiến lược và kế hoạch thực hiện. Điều đó, làm giảm tính tích cực và hiệu quả trong các hoạt động kinh doanh, cản trở các doanh nghiệp thâm nhập và tiếp cận thị trường thế giới. Để nâng cao năng lực cạnh tranh, thích ứng với các điều kiện kinh doanh hiện đại, những ràng buộc, yêu cầu khắt khe của thị trường quốc tế, đòi hỏi các doanh nghiệp phải nghiên cứu, tìm hiểu thấu đáo các tiêu chuẩn, điều kiện “cuộc chơi”, trong đó có các quy tắc ứng xử kinh doanh, các tiêu chuẩn về CSR thuộc về doanh nghiệp. Bài viết đề cập vấn đề trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp, trong đó có trách nhiệm xã hội trong sử dụng nguồn nhân lực, với gợi ý để doanh nghiệp có cái nhìn khái quát về vấn đề, từ đó, nghiên cứu, tìm hiểu và lựa chọn ấn định cho mình những biện pháp thiết thực trong thực hiện các trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp. □

### Tài liệu tham khảo

1. Nguyễn Mạnh Quân (2007), Đạo đức kinh doanh và văn hóa doanh nghiệp, NXB Đại học Kinh tế quốc dân.
2. Trần Anh Phương, Trách nhiệm xã hội của các doanh nghiệp và vận dụng ở Việt Nam hiện nay/Tạp chí Triết học, số 8 (219), tháng 8-2009.
3. Nguyễn Đình Cung và Lưu Minh Đức, Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp - CSR: một số vấn đề lý luận và yêu cầu đổi mới quản lý nhà nước đối với CSR ở Việt Nam/Vnep.vn, tháng 1-2009.
4. Lương Đình Hải, Trách nhiệm đào tạo nguồn nhân lực trong điều kiện kinh tế thị trường ở Việt Nam hiện nay, Tạp chí Triết học, số 6 (217), tháng 6-2009.