

TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI CỦA DOANH NHÂN VIỆT NAM HIỆN NAY: THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP

★ TS BÙI THỊ PHƯƠNG THÙY

Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh

● **Tóm tắt:** Trong thời gian qua, đội ngũ doanh nhân ngày càng nhận thức rõ hơn trách nhiệm xã hội của mình và có nhiều đóng góp quan trọng cho nhân dân, cho đất nước. Tuy nhiên, vẫn còn một số doanh nhân chưa thực hiện tốt trách nhiệm xã hội của mình. Bài viết phân tích thực trạng thực hiện trách nhiệm xã hội của doanh nhân Việt Nam, từ đó đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả thực hiện trách nhiệm xã hội của đội ngũ doanh nhân Việt Nam góp phần phát triển đất nước thời gian tới.

● **Từ khóa:** Doanh nhân; doanh nhân Việt Nam; trách nhiệm xã hội.

1. Trách nhiệm xã hội của doanh nhân Việt Nam

Hiểu một cách chung nhất, doanh nhân là những người làm nghề kinh doanh mà trước hết là bộ phận những người chủ sở hữu, lãnh đạo, quản lý, hoạt động nghiệp vụ kinh doanh (có mục tiêu vị lợi) trong các hộ gia đình và các doanh nghiệp. Đối tượng doanh nhân trong bài viết này là những công dân Việt Nam, là chủ các doanh nghiệp, đang sinh sống và làm việc tại Việt Nam.

Trách nhiệm xã hội của doanh nhân là sự cam kết của doanh nhân trong việc thực hiện các nghĩa vụ, bổn phận phù hợp với lợi ích của doanh nghiệp, của cộng đồng và xã hội, góp phần vào sự phát triển bền vững của đất nước. Trách nhiệm xã hội thuộc về ý thức xã hội, liên quan đến bổn phận và nghĩa vụ, nó vừa thuộc phạm trù đạo đức, vừa thuộc phạm trù pháp lý. Yếu tố đạo đức trong trách nhiệm xã hội là tổng

hợp những nguyên tắc, quy tắc, chuẩn mực xã hội mà nhờ đó doanh nhân tự giác điều chỉnh hành vi của mình sao cho phù hợp với yêu cầu và lợi ích chung của xã hội, nếu làm trái sẽ chịu sự lên án của dư luận xã hội, sự phán xét của lương tâm. Yếu tố pháp lý trong trách nhiệm xã hội là những quy tắc mang tính bắt buộc quy định hành vi của doanh nhân bằng các văn bản pháp luật, nếu làm trái sẽ bị xử phạt theo quy định của pháp luật. Cả pháp luật và đạo đức đều có tác dụng điều chỉnh nhận thức và hành vi của doanh nhân, hướng doanh nhân đạt đến những giá trị chân, thiện, mỹ, vì sự phát triển lành mạnh và bền vững của xã hội. Thực thi trách nhiệm xã hội của doanh nhân không chỉ giới hạn ở việc tuân thủ, làm đúng pháp luật mà còn là trách nhiệm mang tính tự nguyện đối với người lao động, người tiêu dùng, với cộng đồng và xã hội. Mục tiêu lớn nhất của hầu hết doanh nhân là sự phát triển lớn mạnh của doanh

nghiệp, là lợi nhuận, là doanh thu... Bên cạnh lợi nhuận, doanh nhân phải gắn kết sự phát triển của doanh nghiệp với sự phát triển chung của cộng đồng xã hội. Theo đó, trách nhiệm xã hội của doanh nhân là sự cân bằng, hài hòa giữa mục tiêu phát triển của doanh nghiệp với sự phát triển bền vững của cộng đồng xã hội.

Doanh nhân thể hiện trách nhiệm xã hội của mình với cương vị là một chủ sở hữu, lãnh đạo, quản lý, đại diện cho doanh nghiệp và với tư cách là một cá nhân để mang lại nhiều giá trị tốt đẹp, nhằm nâng cao chất lượng cuộc sống của người lao động, của cộng đồng và toàn xã hội. Trách nhiệm xã hội của doanh nhân được thể hiện trên nhiều khía cạnh. Đối với doanh nghiệp, người lao động, doanh nhân có trách nhiệm phải nâng cao hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp, tạo thêm

việc làm cho người lao động, đảm bảo các quyền của người lao động cũng như nâng cao đời sống vật chất và tinh thần của người lao động. Đối với người tiêu dùng (khách hàng) doanh nhân phải cung cấp những sản phẩm có chất lượng tốt, không gây tổn hại đến sức khỏe người tiêu dùng. Đối với Nhà nước, cộng đồng, xã hội, doanh nhân có trách nhiệm phải chấp hành nghiêm mọi chủ trương, đường lối của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước, các quy chuẩn đạo đức chung của xã hội; bảo vệ môi trường; tích cực tham gia các hoạt động xã hội đem lại lợi ích chung cho cộng đồng, đất nước...

Thực hiện trách nhiệm xã hội chính là thể hiện sự đồng hành của các doanh nhân đối với

dân tộc, là những cam kết bằng hành động thực tế của các doanh nhân, doanh nghiệp bảo đảm hoạt động của doanh nghiệp không chỉ nhằm mang lại lợi ích, sự giàu có và thành đạt cho doanh nhân và gia đình của mình mà còn phải phục vụ tối đa cho lợi ích của cộng đồng, xã hội, phục vụ lợi ích chung của quốc gia, dân tộc, của nhân dân. Theo nghĩa này thì chính việc thực hiện tốt trách nhiệm xã hội của đội ngũ doanh nhân Việt Nam sẽ góp phần vô cùng quan trọng đối việc phát triển đất nước phồn vinh, hạnh phúc.

Doanh nhân thể hiện trách nhiệm xã hội của mình với cương vị là một chủ sở hữu, lãnh đạo, quản lý, đại diện cho doanh nghiệp và với tư cách là một cá nhân để mang lại nhiều giá trị tốt đẹp, nhằm nâng cao chất lượng cuộc sống của người lao động, của cộng đồng và toàn xã hội. Trách nhiệm xã hội của doanh nhân được thể hiện trên nhiều khía cạnh.

Đề cập đến vai trò của đội ngũ doanh nhân Việt Nam, Đảng ta cũng chỉ rõ, đây là lực lượng có vai trò quan trọng trong sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện đại hóa, phát triển kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa: “Đội ngũ doanh nhân có vị trí, vai trò quan trọng, là một trong

những lực lượng nòng cốt góp phần đẩy mạnh sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước và hội nhập quốc tế; xây dựng và phát triển nền kinh tế độc lập, tự chủ, bảo đảm quốc phòng, an ninh”¹. Do đó, cùng với việc “Phát triển đội ngũ doanh nhân lớn mạnh về số lượng và chất lượng, có tinh thần cống hiến cho dân tộc” cần “Khuyến khích doanh nhân thực hiện trách nhiệm xã hội và tham gia phát triển xã hội”². Tinh thần này tiếp tục được nhấn mạnh và cụ thể hóa trong Nghị quyết số 41-NQ/TW của Bộ Chính trị khóa XIII về *xây dựng và phát huy vai trò của đội ngũ doanh nhân Việt Nam trong thời kỳ mới* với khẳng định phải: “Phát triển đội ngũ doanh nhân lớn mạnh về số lượng,

chất lượng, cơ cấu hợp lý, có tầm nhìn, trí tuệ, đạo đức, tinh thần kinh doanh, làm giàu chính đáng, năng động, sáng tạo, năng lực quản trị tiên tiến, tuân thủ pháp luật, có đạo đức, văn hoá kinh doanh mang bản sắc dân tộc; có trách nhiệm xã hội, ý thức bảo vệ môi trường, đóng góp xứng đáng cho các mục tiêu phát triển đất nước”³. Như vậy, để phát triển đất nước theo mục tiêu dân giàu, nước mạnh, xã hội dân chủ, công bằng, văn minh thì việc xác định trách nhiệm xã hội của đội ngũ doanh nhân có ý nghĩa đặc biệt quan trọng.

2. Thực trạng thực hiện trách nhiệm xã hội của doanh nhân Việt Nam hiện nay

Sau gần 40 năm đổi mới, đội ngũ doanh nhân Việt Nam đã có những phát triển vượt bậc về số lượng và chất lượng. Theo thống kê, đến hết tháng 3/2024, “cả nước có khoảng 920.000 doanh nghiệp đang hoạt động; ngoài khu vực doanh nghiệp, nền kinh tế Việt Nam còn có sự tham gia của khoảng gần 30.000 hợp tác xã và 5,2 triệu cơ sở kinh tế cá thể phi nông nghiệp. Đội ngũ doanh nhân phát triển lên đến hàng triệu người, trong đó có nhiều doanh nhân có tầm vóc khu vực thế giới. Tính đến hết năm 2022, Việt Nam đã có 172 doanh nghiệp và 325 sản phẩm làm thương hiệu quốc gia, trong đó có một số thương hiệu quốc gia đã gây được tiếng vang và khẳng định giá trị thương hiệu trên thị trường khu vực và quốc tế”⁴. Với sự phát triển lớn mạnh cả về số lượng và chất lượng, đội ngũ doanh nhân Việt Nam cũng ngày càng thực hiện tốt trách nhiệm xã hội góp phần phát triển đất nước, cụ thể như sau:

Đa số doanh nhân Việt Nam luôn cố gắng phát triển doanh nghiệp, nâng cao đời sống cho người lao động, góp phần làm giàu cho đất nước.

Mỗi lực lượng trong xã hội đều có vị trí vai trò quan trọng vào quá trình phát triển kinh tế

nước nhà, trong đó đội ngũ doanh nhân đóng vai trò quan trọng đối với sự giàu mạnh của đất nước. Sự phát triển thành công của các doanh nghiệp sẽ đóng góp lớn trong GDP, cải thiện đời sống cho người lao động, tạo nguồn thu lớn cho ngân sách nhà nước. Thực tế những năm qua đã cho thấy, kết quả hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp ở cả khu vực nhà nước và ngoài nhà nước đều đạt mức tăng trưởng tích cực, duy trì đóng góp tốt cho ngân sách nhà nước. Tổng tài sản cố định và đầu tư tài chính dài hạn cũng liên tục tăng, góp phần ổn định kinh tế vĩ mô và tăng trưởng kinh tế. Năm 2021, so với bình quân giai đoạn 2016 - 2020, doanh nghiệp ngoài nhà nước có mức tăng trưởng lợi nhuận trước thuế là 79%, doanh nghiệp nhà nước tăng 31,5%⁵. Hiện nay, các doanh nghiệp đã góp hơn 60% GDP, 70% nguồn thu ngân sách của nhà nước⁶.

Cùng với việc đẩy mạnh việc sản xuất, kinh doanh, đội ngũ doanh nhân đã góp phần tạo ra số lượng lớn việc làm, giải quyết nhu cầu lao động của xã hội, góp phần ổn định và nâng cao đời sống của người lao động. Các doanh nghiệp đã tạo việc làm cho gần 28% lực lượng lao động toàn xã hội⁷. Thu nhập của doanh nghiệp đang hoạt động có kết quả sản xuất kinh doanh liên tục tăng. Năm 2021 thu nhập của người lao động tại doanh nghiệp nhà nước là 15,8 triệu đồng/tháng, doanh nghiệp ngoài nhà nước là 9 triệu đồng/tháng, doanh nghiệp FDI là 11,2 triệu đồng/tháng, tăng gần gấp đôi so với năm 2016⁸. Cùng với việc tạo thêm nhiều việc làm, các doanh nhân nhìn chung đều coi trọng việc bảo đảm quyền và lợi ích hợp pháp của người lao động theo quy định pháp luật của Nhà nước, đảm bảo các điều kiện làm việc tốt cho người lao động tại doanh nghiệp của mình (nước uống, vệ sinh, ánh sáng, thông gió, an toàn lao động...). Nhiều doanh nghiệp đã xây dựng nhà ở miễn phí

cho công nhân hoặc thu phí rất thấp, có nhà trẻ, trường mẫu giáo, trạm y tế phục vụ công nhân; xây dựng nhà ăn, tổ chức bữa ăn ca có bù giá hoặc miễn phí cho người lao động. Theo số liệu khảo sát, 95,7% số doanh nghiệp trao quà mừng người lao động kết hôn, thăm hỏi người lao động bị ốm; 89,8% số doanh nghiệp thực hiện trợ cấp khó khăn cho người lao động; 63,23% số doanh nghiệp thực hiện chế độ thăm hỏi, phúng viếng đối với “tứ thân phụ mẫu” của người lao động và vợ hoặc chồng người lao động khi qua đời⁹. Đây là một trong các điều kiện quan trọng tác động rất lớn đến tinh thần làm việc của nhân viên, tạo điều kiện cho tinh thần đổi mới, sáng tạo, lòng trung thành của nhân viên, giúp doanh nghiệp ổn định lực lượng lao động, tạo sự phát triển bền vững với giá trị thương hiệu cao.

Không chỉ thành công ở trong nước, nhiều doanh nghiệp, doanh nhân đang nỗ lực đẩy mạnh hợp tác làm ăn với các đối tác trên thế giới, gây được tiếng vang, khẳng định giá trị thương hiệu vươn tầm ra khu vực và thế giới, góp phần đưa thương hiệu Việt ra toàn cầu và nâng cao vị thế nước ta trên trường quốc tế. Doanh nhân Việt Nam đóng vai trò là lực lượng chính trong hợp tác kinh tế, thực hiện liên doanh, tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu. Đây là lực lượng quan trọng góp phần quảng bá hàng hóa, các sản phẩm, hình ảnh Việt Nam ra ngoài thế giới, giúp tăng giá trị kim ngạch xuất khẩu mỗi năm. Họ cũng là lực lượng chủ lực nhập khẩu hàng hóa, chuyển giao khoa học công nghệ, phương pháp quản lý kinh tế và phương thức kinh doanh tiên tiến trên thế giới về Việt Nam. Từ đó tham mưu cho Đảng và Nhà nước về những chính sách kinh tế tối ưu thúc đẩy sự phát triển kinh tế - xã hội của đất nước. Nỗ lực đầu tư ra nước ngoài của các doanh nghiệp, doanh nhân Việt đã đạt được kết

quả tích cực, góp phần nâng cao vị thế và thương hiệu Việt Nam trên trường quốc tế. Thương hiệu quốc gia Việt Nam năm 2023 tăng lên 1 bậc so với năm 2021 và vươn lên vị trí thứ 32 trong top 100 giá trị thương hiệu quốc gia mạnh trên thế giới¹⁰. Một số doanh nhân Việt Nam đã có tên trong danh sách tỷ phú toàn cầu, thể hiện bản lĩnh và khát vọng vươn ra biển lớn của người Việt. Thành tựu này đã đóng góp quan trọng vào tăng trưởng kinh tế, nâng cao năng lực sản xuất, xuất khẩu, chuyển dịch cơ cấu kinh tế của Việt Nam.

Có thể thấy, doanh nhân đóng góp ngày càng lớn vào sự phát triển của kinh tế đất nước. Từ một nước nghèo, bị tàn phá bởi chiến tranh, nhiều năm bị cấm vận đến năm 2023 Việt Nam đã vươn lên trở thành đứng thứ 35 về quy mô GDP, nằm trong top 20 thế giới về quy mô thương mại quốc tế¹¹. Hàng hóa, sản phẩm Việt Nam đã đến với người tiêu dùng ở rất nhiều quốc gia và vùng lãnh thổ; đời sống của người dân Việt Nam ngày càng được cải thiện, nâng cao.

Đa phần các doanh nhân Việt Nam thực hiện tốt trách nhiệm với Nhà nước, cộng đồng và xã hội, đóng góp tích cực cho sự phát triển nói chung của đất nước.

Các doanh nhân Việt Nam luôn cố gắng chấp hành nghiêm những quy định, chính sách, pháp luật liên quan đến các hoạt động sản xuất, kinh doanh của doanh nghiệp; tuân thủ các quy định đạo đức nghề nghiệp. Khi một doanh nhân tiến hành các hoạt động sản xuất, kinh doanh trên cơ sở tuân thủ nghiêm những quy định của pháp luật và những nguyên tắc của đạo đức nghề nghiệp thì tất yếu mục đích hướng tới không chỉ là tìm kiếm lợi nhuận tối đa bằng mọi giá cho doanh nhân, doanh nghiệp mà còn vì những lợi ích chung của cộng đồng, xã hội. Chẳng hạn trong lĩnh vực bảo vệ môi trường. Trong những

năm qua, nhiều doanh nhân, doanh nghiệp luôn thực hiện các giải pháp nhằm mục tiêu tiết kiệm năng lượng, khai thác và sử dụng tài nguyên thiên nhiên một cách hợp lý, sản xuất kinh doanh hiệu quả gắn liền với trách nhiệm bảo vệ môi trường, bảo vệ sức khỏe của cán bộ công nhân viên và trách nhiệm với cộng đồng. Đã có rất nhiều doanh nhân đã điều hành doanh nghiệp chuyển hướng đầu tư nông nghiệp hữu cơ, nông nghiệp sạch, như: TH Truemilk, VinGroup, Công ty Organic Đà Lạt,... Hay thực hiện kinh tế tuần hoàn như Vinamilk.

Cùng với đó, lực lượng này cũng đã và đang có những đóng góp hết sức quan trọng trong việc giải quyết các vấn đề xã hội, tham gia thực hiện phúc lợi xã hội, an sinh xã hội góp phần cải thiện và nâng cao đời sống của nhân dân để hướng đến sự phát triển bền vững đất nước. Cộng đồng doanh nhân Việt Nam đã góp tiền và hiện vật giá trị nhiều chục tỷ đồng, triển khai hàng loạt chương trình thiện nguyện. Điển hình trong giai đoạn đầy khó khăn 2020 - 2021, đất nước bị ảnh hưởng bởi đại dịch Covid-19, cộng đồng doanh nghiệp, doanh nhân Việt Nam đã đoàn kết, chung tay chia sẻ với Nhà nước, hỗ trợ người dân, cộng đồng trong cuộc chiến chống dịch bệnh bằng nhiều hình thức: đóng góp lớn vào Quỹ vaccine phòng Covid-19 và ủng hộ vật tư, trang thiết bị y tế cho các địa phương; nhất là nỗ lực duy trì sản xuất, tạo việc làm cho người lao động, đóng góp vào phát triển kinh tế - xã hội¹². Trong nhiệm kỳ 2018-2021, Hội doanh nhân trẻ các tỉnh, thành phố, ngành, đơn vị trực thuộc đã tổ chức các hoạt động từ thiện, xã hội với tổng kinh phí hơn 1.000 tỷ đồng mỗi năm¹³.

Bên cạnh những những thành tựu đạt được, hiện nay còn một bộ phận doanh nhân chưa thực hiện tốt trách nhiệm xã hội. Theo Tổng cục Thuế, năm 2023, tổng số tiền nợ thuế của cả

nước là gần 164 nghìn tỷ đồng, tăng gần 11% so với năm 2022¹⁴. Vẫn còn nhiều doanh nghiệp, doanh nhân vi phạm quy định pháp luật về bảo hiểm xã hội, bảo hiểm y tế, tự ý cắt, giảm các chế độ, chính sách liên quan đối với người lao động một cách trái quy định hoặc bất hợp lý như: bắt phải tăng ca, làm thêm giờ trái quy định nếu không sẽ bị giảm lương, giảm thưởng; buộc lao động nữ cam kết không mang thai khi làm việc cho doanh nghiệp, v.v.. Điều này không những xâm phạm đến quyền lợi của người lao động mà gây ra hệ lụy tiêu cực rất lớn cho xã hội. Hiện tượng doanh nhân không thực hiện tốt trách nhiệm bảo vệ môi trường, trách nhiệm với khách hàng, với cộng đồng vẫn còn phổ biến gây ảnh hưởng tiêu cực đến sự phát triển của doanh nghiệp, người dân và đất nước. Thực tế những năm qua cho thấy, các sự cố môi trường tiếp tục gia tăng, nhiều vụ ảnh hưởng trên phạm vi rộng, diễn biến phức tạp, gây khó khăn cho công tác xử lý và khắc phục hậu quả. Điển hình như: sự cố xả chất thải của Công ty Mía đường Hòa Bình và Công ty TNHH MTV Tân Hiếu Hưng làm cá chết hàng loạt trên sông Bưởi (Thanh Hóa) vào tháng 5/2016; sự cố vỡ hồ chứa nước thải khai thác vàng của Công ty Cổ phần Tập đoàn khoáng sản công nghiệp 6666 tại Quảng Nam vào tháng 3/2018; sự cố tràn bùn từ hồ lắng quặng đuôi của Công ty Nhôm Đắk Nông vào tháng 9/2018; sự cố cháy nổ tại Công ty Cổ phần bóng đèn phích nước Rạng Đông ngày 28/8/2019 đã làm phát tán lượng lớn thủy ngân ra môi trường;... Theo số liệu khảo sát của Công ty trách nhiệm hữu hạn Cempartner (chuyên nghiên cứu về trải nghiệm khách hàng), năm 2019, có đến 50% số khách hàng Việt rời bỏ doanh nghiệp trong nước do dịch vụ hậu mãi kém, cách xử lý khiếu nại của khách hàng về dịch vụ, sản phẩm của nhiều

doanh nghiệp của Việt Nam thiếu chuyên nghiệp¹⁵. Đây còn là cái cớ để một số đối tượng, tổ chức phát động các “chiến dịch truyền thông đen” nhằm tấn công, phá hoại doanh nghiệp. Đối với những mặt hàng xuất khẩu, rất nhiều đơn hàng xuất đi bị trả về do liên quan đến vấn đề tuân thủ các quy định gắn với nội dung trách nhiệm xã hội về an toàn cho khách hàng khi sử dụng. Điều này gây thiệt hại cho doanh nghiệp xuất khẩu, nhiều hộ gia đình và ảnh hưởng lớn đến thương hiệu quốc gia.

3. Một số giải pháp cơ bản nhằm nâng cao hiệu quả thực hiện trách nhiệm xã hội của đội ngũ doanh nhân Việt Nam để phát triển đất nước thời gian tới

Thứ nhất, đẩy mạnh giáo dục, tuyên truyền nhằm nâng cao nhận thức của đội ngũ doanh nhân Việt Nam về thực hiện trách nhiệm xã hội

Hiện nay, bên cạnh những doanh nhân thực hiện tốt trách nhiệm xã hội, thì cũng có không ít doanh nhân chưa nhận thức đầy đủ về trách nhiệm xã hội đối với sự phát triển của đất nước. Nhiều doanh nhân hiểu thực hiện trách nhiệm xã hội chỉ đơn thuần là làm các hoạt động từ thiện (như ủng hộ người nghèo, hay ủng hộ cứu trợ thiên tai bão lụt...). Nhưng thực chất đó mới chỉ là một khía cạnh của trách nhiệm xã hội. Không ít doanh nhân thực hiện trách nhiệm xã hội một cách thụ động, phải đợi đến khi những sự việc đã xảy ra hoặc khi có tổ chức nào đó đứng ra kêu gọi rồi mới tham gia. Chính vì vậy, họ chưa gắn chặt nội dung thực hiện trách nhiệm xã hội vào trong chiến lược kinh doanh. Họ chưa ý thức đầy đủ về sự thống nhất giữa lợi ích doanh nghiệp với lợi ích của xã hội. Chỉ khi các doanh nhân hiểu rõ, hiểu đúng, hiểu đầy đủ về vai trò, trách nhiệm của mình đối với xã hội thì họ mới quan tâm đến tình hình đất nước, mong muốn được đóng góp, cống hiến công

sức cho xã hội. Do đó, cần đẩy mạnh thông tin, tuyên truyền đối với các doanh nhân về nghĩa vụ và lợi ích của việc thực hiện trách nhiệm xã hội; giúp họ hiểu rõ, hiểu đúng, hiểu đầy đủ về trách nhiệm, vai trò, sứ mệnh của mình đối với tiến trình phát triển đất nước. Việc tuyên truyền có thể được thực hiện thông qua nhiều hình thức: các phương tiện thông tin đại chúng, các buổi hội thảo khoa học, các đợt tập huấn bắt buộc cho lãnh đạo các doanh nghiệp... Đồng thời, những nội dung của việc thực hiện trách nhiệm xã hội phải được phổ biến đầy đủ, rõ ràng đến các doanh nhân. Chú trọng tôn vinh, biểu dương các tấm gương doanh nhân tiêu biểu trong thực hiện trách nhiệm xã hội, nhằm khích lệ tinh thần để đội ngũ doanh nhân tích cực phấn đấu vươn lên đóng góp, cống hiến nhiều hơn cho đất nước.

Thứ hai, hoàn thiện chính sách, pháp luật, tạo môi trường đầu tư, kinh doanh thuận lợi, an toàn, bình đẳng để đội ngũ doanh nhân Việt Nam thực hiện tốt trách nhiệm xã hội.

Mặc dù Việt Nam đã có các quy định pháp luật liên quan đến việc thực hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp, doanh nhân, nhưng hệ thống các quy định đó còn chưa đầy đủ, đồng bộ, nhất là việc giám sát tuân thủ pháp luật còn yếu nên còn tạo ra nhiều kẽ hở để các doanh nhân trốn tránh thực hiện trách nhiệm. Chẳng hạn trong lĩnh vực môi trường, các quy định về bồi thường thiệt hại của doanh nghiệp có hành vi gây ô nhiễm môi trường đã được đề cập nhưng các quy định này chỉ dừng lại ở mức độ chung chung. Trách nhiệm chấm dứt hành vi vi phạm, khôi phục lại môi trường và bồi thường thiệt hại chỉ được quy định trong văn bản pháp luật về xử phạt vi phạm hành chính. Liên quan sự cố xả thải của Công ty Mía đường Hòa Bình và Công ty TNHH MTV Tân Hiếu Hưng, các

công ty mới chỉ bị xử phạt hành chính và tự thỏa thuận đền bù cho người dân vì chưa có luật xử phạt các cá nhân chịu trách nhiệm về hành vi của mình.

Bên cạnh đó, mức độ xử phạt còn nhẹ không đủ răn đe, nên nhiều doanh nghiệp sẵn sàng vi phạm rồi nộp phạt; các cơ quan hành pháp thiếu cương quyết là nguyên nhân chính làm cho doanh nhân không tự giác thực hiện trách nhiệm xã hội của họ, hay thực hiện một cách đối phó và cầm chừng. Một số vi phạm cho đến nay mới chỉ dừng lại ở xử phạt hành chính vì chưa có luật điều chỉnh. Về thể chế, chính sách hỗ trợ doanh nhân, doanh nghiệp tại Việt Nam vẫn còn quy định chưa rõ ràng, thiếu tính khả thi, bất bình đẳng,... gây khó khăn cho doanh nhân, doanh nghiệp trong quá trình thực hiện trách nhiệm xã hội

Do đó, cần phải nhanh chóng hoàn thiện hệ thống chính sách, pháp luật liên quan đến doanh nghiệp, doanh nhân đảm bảo ổn định, đồng bộ thống nhất, bình đẳng, minh bạch, dễ hiểu, dễ tiếp cận và thực thi; đồng thời rà soát, xóa bỏ những chính sách đã lỗi thời. Ban hành các chính sách khuyến khích, hỗ trợ các doanh nhân, doanh nghiệp thực hiện trách nhiệm xã hội. Cần có những biện pháp đủ mạnh để xử lý vi phạm của những doanh nghiệp, doanh nhân trong việc thực hiện trách nhiệm xã hội.

Thứ ba, tăng cường phối hợp giữa các lực lượng trong việc kiểm tra, giám sát việc thực hiện trách nhiệm xã hội của đội ngũ doanh nhân Việt Nam.

Thực tế cho thấy, những sức ép khiến cho các doanh nghiệp, doanh nhân phải thực hiện trách nhiệm xã hội phần lớn là từ phía khách hàng, người lao động trong tổ chức, các tổ chức xã hội, các quy định của luật pháp, thái độ và ý thức của cộng đồng nói chung. Các cơ quan quản lý thị trường, tuy đã có nhiều nỗ lực, cố gắng nhưng lực lượng lại quá mỏng, bị hạn chế cả về năng lực và nguồn lực vật chất nên không thể thường xuyên giám sát và kiểm tra việc tuân thủ các quy định về thực hiện trách nhiệm

xã hội của doanh nghiệp, doanh nhân. Trong khi đó, công đoàn các cấp tại doanh nghiệp chưa thể hiện nhiều trong việc phát hiện và đấu tranh với những hành vi vi phạm trách nhiệm xã hội của doanh nhân, doanh nghiệp. Hiệp hội Bảo vệ người tiêu dùng và các hiệp

hội khác chưa có tiếng nói và động thái mạnh mẽ phản đối sự vô trách nhiệm, thờ ơ của doanh nhân, doanh nghiệp. Nhiều người tiêu dùng Việt Nam đến nay vẫn chưa để ý đến việc sản phẩm của mình mua được sản xuất trong điều kiện như thế nào, có gây ra ô nhiễm môi trường hay không... Do đó, cần tăng cường phối hợp giữa các cơ quan quản lý nhà nước với các chủ thể có liên quan trong việc kiểm tra, giám sát thực hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp, doanh nhân.

Nhìn lại gần 40 năm đổi mới đất nước, nhờ những chủ trương, đường lối, chính sách đúng đắn của Đảng và Nhà nước trong phát triển doanh nhân, doanh nghiệp, đội ngũ doanh nhân Việt Nam đã không ngừng phát triển lớn

manh cả về số lượng, chất lượng, đặc biệt là ngày càng nhận thức rõ hơn vai trò, trách nhiệm của mình với đất nước, với nhân dân. Nhờ đó đã góp phần thúc đẩy kinh tế - xã hội phát triển mạnh mẽ, từng bước hiện thực hoá mục tiêu của chủ nghĩa xã hội: dân giàu, nước mạnh, dân chủ, công bằng, văn minh. Tuy nhiên, từ thực tế cũng cho thấy, nhiều doanh nhân Việt Nam hiện nay chưa thực hiện tốt

trách nhiệm xã hội của mình, do đó, các doanh nhân này chưa đóng góp được nhiều vào sự nghiệp xây dựng, bảo vệ Tổ quốc xã hội chủ nghĩa. Điều này đòi hỏi phải thực hiện đồng bộ các giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả thực hiện trách nhiệm xã hội của đội ngũ doanh nhân Việt Nam trong thời gian tới, góp phần thực hiện khát vọng phát triển đất nước phồn vinh, hạnh phúc ❖

^{1,3} Đảng Cộng sản Việt Nam: *Nghị quyết số 41-NQ/TW, ngày 10/10/2023 của Bộ Chính trị về xây dựng và phát huy vai trò của đội ngũ doanh nhân Việt Nam trong thời kỳ mới*, <https://dangcongsan.vn.vn>.

² Đảng Cộng sản Việt Nam: *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII*, Nxb Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội, 2021, tập I, tr.167-168.

⁴ Việt Đức: *Tạo điều kiện để đội ngũ doanh nhân Việt Nam không ngừng phát triển mạnh mẽ*, <https://baot-intuc.vn>, truy cập ngày 10/5 /2024.

^{5,8} Bộ Kế hoạch và Đầu tư: *Sách trắng doanh nghiệp Việt Nam năm 2023*, Nxb Thống kê, Hà Nội, 2022, tr.45, 54-55.

⁶ *Vai trò của doanh nhân Việt Nam trong thời kỳ mới*, <https://mof.gov.vn>, ngày 13/10/2022.

⁷ Tổng cục thống kê: *Thông cáo báo chí về tình hình dân số, lao động việc làm quý IV và năm 2023*, <https://www.gso.gov.vn>, ngày 29/12/2023, truy cập ngày 5/5/2024.

⁹ Nguyễn Thị Lệ Thủy: *Công đoàn Xây dựng Việt Nam chăm lo phúc lợi xã hội cho cán bộ, viên chức, người lao động trong các doanh nghiệp nhà nước sau cổ phần hóa*, Kỷ yếu Tọa đàm khoa học “Phúc lợi xã hội cho công nhân, viên chức, người lao động và vai trò của Công đoàn Việt Nam”, do Hội đồng Lý luận Trung ương và Tổng Liên đoàn Lao động Việt Nam tổ chức, tháng 12-2019.

¹⁰ *Giá trị thương hiệu Quốc gia Việt Nam đạt 431 tỷ USD, tăng 1 bậc*, <https://www.vietnamplus.vn>, ngày 5/1/2024.

¹¹ Bảo Ngọc: *Quy mô kinh tế Việt Nam thứ 35 thế giới, còn có thể làm tốt hơn*, <https://tuoitre.vn>, ngày 31/3/2024.

¹² Xem: *Xây dựng đội ngũ doanh nhân Việt Nam có bản sắc, có lòng yêu nước*, <https://congan.com.vn>, ngày 12/10/2021.

¹³ Nhật Nam: *Thanh niên, doanh nhân trẻ Việt Nam kiến tạo nhiều giá trị từ thiên cộng đồng*, <https://baochinhphu.vn>, ngày 26/3/2022.

¹⁴ *Nhiều doanh nghiệp nợ thuế như “chúa chôm”*, <https://tienphong.vn>, ngày 17/1/2024.

¹⁵ Vinh Hiền: *Tạo lập niềm tin của người tiêu dùng với sản phẩm trong nước*, <https://nhandan.vn>, ngày 24/12/2021.