

TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI VÀ VAI TRÒ CỦA NÓ TRONG CƠ CHẾ THỊ TRƯỜNG Ở NƯỚC TA

VŨ TUẤN HUY(*)

Khẳng định trong bối cảnh toàn cầu hoá và phát triển kinh tế thị trường, việc thảo luận những vấn đề bản thể của trách nhiệm xã hội là cần thiết, trong bài viết này, tác giả đã đưa ra và phân tích những quan niệm khác nhau về trách nhiệm xã hội, về vai trò của trách nhiệm xã hội đối với sự phát triển kinh tế thị trường ở nước ta hiện nay.

1. Đặt vấn đề

Khái niệm trách nhiệm liên quan đến hành vi con người; dù ở cấp độ toàn cầu hay quốc gia, cộng đồng hay cá nhân đều đặt ra những vấn đề cơ bản của triết học đạo đức. Trong hệ thống các giá trị, niềm tin và thực tiễn đạo đức xã hội luôn không ngừng vận động và bao hàm một quan niệm về trách nhiệm. Đến lượt mình, trách nhiệm lại đòi hỏi khả năng lựa chọn để hành động với giả định chúng ta có sự lựa chọn thực sự.

Trong kinh tế thị trường, theo đuổi lợi nhuận là một mục đích. Tuy nhiên, chính trong xu hướng phát triển hiện nay của thế giới, thảo luận trách nhiệm xã hội nhằm giải quyết những vấn đề nảy sinh là một đòi hỏi cấp bách của triết học đạo đức cũng như các khoa học thực chứng. Đối với các nước phát triển, khái niệm trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp đã trở nên phổ biến và nội dung của nó chính là chiến lược phát triển của doanh nghiệp. Trong khi đó, ở những nước kém phát triển, trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp còn là khái niệm khá mới. Vì sao nội dung trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp không chỉ bao gồm chỉ tiêu lợi nhuận, mà còn cả những chỉ tiêu xã hội và môi trường? Trong sự phân

công lao động, phải chăng trách nhiệm xã hội là vấn đề đặt ra không chỉ đối với các doanh nghiệp, mà cả các bên hữu quan? Sự tác động của cuộc cách mạng khoa học và công nghệ đặt ra những vấn đề gì trong phân công trách nhiệm giữa cá nhân và tập thể nhằm thúc đẩy sự phân công lao động?

Là thành viên của Tổ chức Thương mại thế giới (WTO), nước ta vẫn đang cố gắng để được công nhận là một nền kinh tế thị trường đầy đủ. Mặt khác, sự phát triển của thị trường tạo ra những cơ hội gắn liền với sự biến đổi của cấu trúc xã hội nhằm tạo ra những địa vị và vai trò mới để biến cơ hội thành hiện thực. Trong bối cảnh đó, thảo luận những vấn đề bản thể của trách nhiệm xã hội có ý nghĩa quan trọng nhằm nâng cao trách nhiệm xã hội, thúc đẩy sự phát triển của thị trường ở nước ta.

2. Quan niệm về trách nhiệm xã hội

Quan niệm về trách nhiệm tự nó đưa đến những lập luận cơ bản về đạo đức và thách thức sự giải thích của lý thuyết hành vi. Chính vì vậy, mong muốn có một định nghĩa chuẩn của khái niệm này trên các chiều cạnh là một điều không thể.

Khi bàn về khả năng điều chỉnh hành vi

(*) Phó giáo sư, tiến sĩ, Viện trưởng Viện Nghiên cứu phát triển bền vững vùng Bắc Bộ, Viện Khoa học xã hội Việt Nam

của các chuẩn mực đạo đức, Max Weber cho rằng, mọi hành vi được điều chỉnh bởi hai nhóm chuẩn mực đạo đức đối lập nhau: những chuẩn mực dựa trên mục đích và những chuẩn mực dựa trên trách nhiệm. Con người hành động thuần túy dựa trên mục đích đã mang sẵn một quan niệm hậu quả của hành động là trách nhiệm của người khác. Trái lại, trách nhiệm là khả năng nhìn thấy trước và nhận về mình những hậu quả của hành động. Tuy nhiên, ông tin rằng, có một hoàn cảnh mà ở đó, con người hành động không chỉ dựa trên mục đích, mà còn dựa trên trách nhiệm. Những chuẩn mực đạo đức dựa trên mục đích và trách nhiệm không hoàn toàn đối lập nhau mà bổ sung cho nhau(1).

Đánh giá các thuộc tính của trách nhiệm xã hội, một số nghiên cứu chỉ ra rằng, đây là một khái niệm đa nghĩa (Jeannine A. Gailey). Chính vì vậy, giữa các nhà tâm lý học, xã hội học, tội phạm học có sự khác nhau trong cách hiểu và dẫn đến sự không nhất trí trong cách đo lường các thuộc tính của trách nhiệm xã hội. Nguyên nhân của tình trạng này, theo Jeannine A. Gailey, là do thiếu cách tiếp cận liên ngành(2).

Nghiên cứu về trách nhiệm xã hội có thể bắt nguồn từ các lý thuyết về thuộc tính (Attribution theories), chẳng hạn như công trình nghiên cứu sự chuyển đổi từ trách nhiệm dựa trên kết quả sang trách nhiệm dựa trên mục đích của nhà tâm lý học Jean Piaget (1932). Hầu hết những nghiên cứu này đều tập trung vào sự phát triển của tuổi ấu thơ và sự phát triển của đạo đức. Khi mở rộng sang người trưởng thành, nghiên cứu của Heider cho thấy sự phát triển của đạo đức và các thuộc tính của trách nhiệm không phải là một. Mặt khác,

khi đánh giá các yếu tố ngoại cảnh, ảnh hưởng của môi trường xung quanh càng lớn, tính trách nhiệm càng giảm(3). Shaver (1985) cho rằng, có 5 thuộc tính cần phải tính đến khi quy kết trách nhiệm đối với hành vi phạm sai lầm của một cá nhân. Đó là các thuộc tính riêng biệt nhưng quan hệ lẫn nhau: tính nhân quả, kiến thức, mục đích, đạo đức và sự ép buộc(4). Thử nghiệm giả thuyết này với mục đích xây dựng một thang đo chung của khái niệm trách nhiệm cho cả xã hội học và tâm lý học, Jeannine A. Gailey và các đồng nghiệp cho rằng, trách nhiệm chỉ có bốn thuộc tính đầu(5).

Cách tiếp cận tâm lý học nhấn mạnh đến những thuộc tính chung của trách nhiệm cá nhân, trong khung cảnh của sự phân tầng về giới, tuổi và khác biệt văn hóa, trách nhiệm của một người phụ thuộc vào địa vị, vai trò trong một tổ chức. "*Quy trách nhiệm cho người vi phạm, người Mỹ tập trung vào việc làm và tình trạng tinh thần của người đó. Trái lại, người Nhật tập trung vào các vai trò xã hội và ảnh hưởng của các bên khác liên quan*"(6). Trong việc thực hiện hiện vai trò tương ứng với địa vị, khi kết quả của hành vi là tiêu cực thì cá

(1) Xem: W.G. Runciman. *Max Weber. Selections in translation*. Cambridge University Press, 1978.

(2) Xem: Jeannine A. Gailey. *Is attribution of responsibility a multidimensional or unidimensional concept?* Department of Sociology, The University of Akron.

(3) Xem: Shaw, E. Marvin and Jefferson L. Sulzer. *An Empirical Test of Heider's Levels in Attribution of Responsibility*. Journal of Abnormal and Social Psychology, 1964, pp.69, 39 - 46.

(4) Shaver, G. Kelly. *The Attribution of Blame. Causality, Responsibility, and Blameworthiness*. New York: Springer-Verlag, 1985.

(5) Jeannine A. Gailey. *Ibid.*

(6) Hamilton, V. Lee and Joseph Sanders. *Universals in Judging Wrongdoing: Japanese and Americans Compared*. American Sociological Review, 1983, pp.48, 199-211.

nhân có xu hướng bị quy trách nhiệm lớn hơn(7). Điều đó là do sự khác biệt giữa kỳ vọng và thực hiện vai trò, thực hiện các quyền và nghĩa vụ gắn liền với mỗi vai trò tương ứng với địa vị trong cấu trúc xã hội. Các nghĩa vụ (obligations) và nhiệm vụ (duties) nói về những gì chúng ta phải làm hoặc không được làm, không có sự lựa chọn. Mặt khác, cơ hội (opportunities), quyền (rights) nói về cái chúng ta có thể lựa chọn làm hoặc không làm. Trong mạng lưới các vai trò xã hội, tương tác xã hội không chỉ có một chiều: nghĩa vụ trong vai trò này là quyền của vai trò khác(8).

Trong xã hội có sự phân công lao động, trách nhiệm là nghĩa vụ đạo đức tự mỗi người đảm nhận hoặc áp đặt lên người khác. Có hai dạng quy trách nhiệm: do chiếm một địa vị xã hội không có sự lựa chọn, như trách nhiệm làm con, trách nhiệm thanh niên, trách nhiệm của người già, v.v.. Ví dụ, trong nguyên tắc của Nho giáo, "hiếu" là trách nhiệm của con cái đối với cha mẹ - "Cho tròn chữ hiếu mới là đạo con". Hoặc do có những điều kiện, khả năng nào đó, có trách nhiệm giúp đỡ những người nghèo rơi vào hoàn cảnh bất lợi trong tình cộng đồng - "Lá lành đùm lá rách, lá rách ít đùm lá rách nhiều".

Trách nhiệm xã hội là sự nhận thức về nghĩa vụ và cũng là sự thực hiện các nghĩa vụ đó trong những vai trò xã hội. Trách nhiệm xã hội còn bao hàm ý nghĩa nhận thức về những hậu quả của việc thực hiện các vai trò xã hội của bản thân mình và của người khác. Trách nhiệm xã hội cũng là nhận thức được các cơ hội và đảm nhận những vai trò xã hội mới. Thảo luận vấn đề trách nhiệm xã hội và vai trò của nó trong điều kiện kinh tế thị trường ở nước ta đặt ra trên cơ sở của khung tham khảo này.

3. Trách nhiệm xã hội và thị trường

Sự phát triển của thế giới, cho đến nay, đã có hai mô hình kinh tế: kế hoạch và thị trường. Có một điều chắc chắn rằng, không có nền kinh tế của một nước nào hoàn toàn là kế hoạch hoặc hoàn toàn là thị trường. Trước năm 1986, đặc trưng cơ bản của kinh tế nước ta là nền kinh tế tập trung với hai hình thức sở hữu là sở hữu nhà nước và sở hữu tập thể. Tuy nhiên, điều đó không có nghĩa là kinh tế tư nhân không tồn tại. Trong thương mại và dịch vụ, những người buôn bán nhỏ và cung cấp dịch vụ là nguồn sống chủ yếu của nhiều hộ gia đình. Trong điều kiện như vậy, những người hoạt động trong lĩnh vực kinh tế tư nhân không hình thành một tầng lớp xã hội.

Phát triển nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa ở nước ta là kết quả của quá trình đổi mới. Sự phát triển của thị trường tạo ra những cơ hội, những điều kiện cho sự hình thành những vai trò mới và do vậy, trách nhiệm xã hội của cá nhân và các tổ chức xã hội được nâng cao, tạo điều kiện cho mỗi cá nhân có cơ hội lựa chọn.

Với sự phát triển của thị trường, tỷ lệ tăng trưởng kinh tế cao và ổn định, thu nhập và đời sống của người dân không ngừng tăng lên có phần đóng góp quan trọng của khu vực tư nhân. Trong sự phát triển của kinh tế tư nhân, các doanh nghiệp tư nhân, tiểu thương, tiểu chủ được hình thành như những tầng lớp xã hội. Ý thức như một tầng lớp xã hội cho thấy sự phát triển của thị trường đã nâng cao trách nhiệm xã hội của những người thuộc tầng

(7) Xem: Robbennolt, K.Jennifer. *Outcome Severity and Judgments of "Responsibility": A Meta-Analytic Review*. Journal of Applied Social Psychology, pp.30, 2575-2609.

(8) James W.Vander Zanden. *The Social Experience - An introduction to Sociology*, 1990, p.100.

lớp xã hội này.

Tiểu thương, tiểu chủ ở nước ta là một lực lượng xã hội đông đảo, có vai trò quan trọng trong phân phối hàng hoá và dịch vụ. Hoạt động của tiểu thương, tiểu chủ không chỉ tạo ra việc làm, nâng cao mức sống cho bản thân họ và gia đình, mà còn tạo ra nhiều việc làm cho xã hội. Là những loại hình thuộc thành phần kinh tế tư nhân, hoạt động của kinh tế tiểu thương, tiểu chủ đã có những đóng góp quan trọng cho sự chuyển đổi từng bước sang kinh tế thị trường.

Tầng lớp doanh nghiệp tư nhân nước ta không chỉ tăng lên về số lượng, mà cả quy mô. Tính chất cạnh tranh và sự phát triển của khoa học và công nghệ đã thúc đẩy phân công lao động bên trong doanh nghiệp. Bên cạnh chế độ trách nhiệm vô hạn của chủ doanh nghiệp tư nhân là những người có vốn như được quy định của pháp luật, một nhóm người lao động làm việc trong những nghề nghiệp mới hình thành, như quản trị, điều hành, nghiên cứu thị trường tạo thành một nhóm doanh nhân ngày càng đông đảo cùng chia sẻ trách nhiệm.

Tính chất cạnh tranh và chuyên môn hóa của thị trường cũng tác động đến sự thay đổi của các thiết chế xã hội khác. Ý thức và thực hiện trách nhiệm xã hội không chỉ phát triển theo chiều đứng, mà còn theo chiều ngang. Sự thu hẹp các chức năng của gia đình và mở rộng vai trò của doanh nghiệp là quá trình nâng cao trách nhiệm xã hội của các thiết chế này. Sự hoạt động dựa trên quan hệ cung cầu làm cho thị trường thâm nhập vào mọi lĩnh vực của đời sống và thay đổi phân công trách nhiệm. Trong nhiều hộ gia đình ngày nay, chăm sóc cha mẹ già có thể không phải là

con cái. Sự hình thành của "thị trường" người giúp việc hoặc các trung tâm chăm sóc người già làm giảm nhẹ những công việc nào đó, nhưng không có nghĩa là giảm nhẹ trách nhiệm của con cái, mà tập trung hơn vào khía cạnh tình cảm, chức năng biểu hiện trong quan hệ giữa con cái và cha mẹ.

Không chỉ các tầng lớp xã hội, các thiết chế xã hội, mà cả các nhóm doanh nghiệp đều đang biến đổi cùng với quan niệm và ý thức về nội dung của trách nhiệm xã hội. Nội dung của trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp không chỉ liên quan đến lĩnh vực kinh tế, mà còn bao hàm cả các lĩnh vực xã hội và môi trường. Chính bối cảnh hiện nay trong sự phát triển của thị trường đang đòi hỏi nhận thức về sự thống nhất giữa đạo đức dựa trên mục đích và đạo đức dựa trên trách nhiệm.

Mục đích của thị trường là lợi nhuận. Để có được lợi nhuận, sản xuất phải được hợp lý hóa, phát triển khoa học và công nghệ, mở rộng thị trường, v.v.(9). Mặt khác, những vấn đề xã hội, như thất nghiệp, phân hóa giàu nghèo, hoặc môi trường bị ô nhiễm là những hậu quả không tránh khỏi của kinh tế thị trường. Chính ở đây, vấn đề trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp đã được đặt ra. Đó là khả năng nhìn thấy trước và có những biện pháp để khắc phục những hậu quả của nó - những hậu quả được coi là cái giá phải trả cho phát triển kinh tế. Mục đích theo đuổi lợi nhuận đòi hỏi các doanh nghiệp hiện nay phải nâng cao trách nhiệm xã hội, thực hiện những vai trò xã hội mới.

Việc chưa thực hiện đầy đủ trách nhiệm xã hội hiện đang diễn ra ở cấp độ cá nhân

(9) Xem: Eva Etzioni Halevy. *Social Change - The advent and maturation of modern society*. Routledge & Kegan Paul. London and New York, 1987.

cũng như thiết chế đã ảnh hưởng đến sự phát triển lành mạnh của thị trường. Chưa thực hiện đúng nguyên tắc dân chủ, tập trung trong lãnh đạo dẫn đến tình trạng không quy được trách nhiệm khi có sự vi phạm của cá nhân(10). Hoặc “khuynh hướng rất đáng quan ngại là việc mở rộng các nguyên tắc mua bán, trao đổi thị trường ra mọi lĩnh vực đời sống xã hội”(11). Nói cách khác, đó là sự thống trị của mục đích bởi phương tiện, chỉ cần được việc mình, bất chấp hậu quả gây ra đối với người khác, đối với xã hội.

Nguyên nhân của tình trạng chưa thực hiện đầy đủ trách nhiệm xã hội có thể còn do nhiều yếu tố khách quan cũng như chủ quan. Về mặt khách quan, thị trường là một cấu trúc và gắn với cấu trúc đó có những chức năng và phản chức năng. Thúc đẩy tăng trưởng kinh tế là một chức năng của thị trường. Một thị trường mà kinh tế không tăng trưởng là một thị trường thất bại. Mặt khác, tác động của tăng trưởng kinh tế đến chính cấu trúc này, như phân hóa xã hội và phá hủy môi trường - những hậu quả không mong muốn chính là những phản chức năng của thị trường. Những vấn đề xã hội nảy sinh mà ta thường nói do mặt trái của kinh tế thị trường chính là những phản chức năng gắn liền và không tách rời của kinh tế thị trường. Vì vậy, con người cần phải ý thức về những phản chức năng đó.

Về mặt chủ quan, con người luôn chiếm một địa vị nào đó trong cấu trúc của thị trường, nhưng lại chưa thực hiện đúng trách nhiệm xã hội do chưa ý thức đầy đủ về vai trò xã hội của mình, hoặc thiếu kiến thức để nắm bắt cơ hội, thiếu phương tiện để thực hiện, hoặc thiếu sự kiểm tra, kiểm soát của xã hội, v.v.. Ngoài ra, những khác

biệt về văn hóa, ảnh hưởng của những quy luật tâm lý và những hậu quả của thời kỳ bao cấp cũng là những yếu tố ảnh hưởng đến mối quan hệ giữa trách nhiệm xã hội và kinh tế thị trường ở nước ta hiện nay.

Hơn nữa, thị trường không phải là phương tiện vạn năng trong quá trình phát triển. Khủng hoảng kinh tế hiện nay và sự can thiệp của nhà nước trong các nền kinh tế phương Tây cho thấy trách nhiệm xã hội là yếu tố làm cân bằng sự phát triển lành mạnh của thị trường. Đó là nâng cao trách nhiệm xã hội của nhà nước, của các tổ chức và cá nhân. Quá trình đó thống nhất với mục đích của sự phát triển hiện nay không phải là tăng trưởng kinh tế bằng mọi giá, mà là sự phát triển bền vững, sự cân bằng giữa các yếu tố kinh tế, xã hội và môi trường.

4. Kết luận

Phát triển kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa ở nước ta hiện nay chính là hoàn cảnh đòi hỏi sự thống nhất giữa những chuẩn mực đạo đức dựa trên mục đích và chuẩn mực đạo đức dựa trên trách nhiệm. Cách tiếp cận phát triển từ góc độ trách nhiệm xã hội đòi hỏi không chỉ một triết lý về sự phát triển, mà từ những ý tưởng đó đặt ra những vấn đề cần nghiên cứu sâu hơn từ quan điểm của các khoa học thực nghiệm nhằm hiểu rõ hơn nội hàm của khái niệm trách nhiệm xã hội và mối quan hệ của nó với sự phát triển của kinh tế thị trường ở nước ta. □

(10) Xem: TS.Nguyễn Thế Tư. *Suy nghĩ về tập thể lãnh đạo, cá nhân phụ trách*. Website Đảng Cộng sản Việt Nam. 20/6/2008.

(11) GS.TS.Nguyễn Trọng Chuẩn. *Kinh tế thị trường và trách nhiệm xã hội*. Trong: *Công bằng xã hội, trách nhiệm xã hội và đoàn kết xã hội*. Nxb Khoa học xã hội, Hà Nội, 2008, tr.323.