



Trách nhiệm xã hội của các doanh nghiệp nhỏ và vừa trong khu vực nông nghiệp, nông thôn

NGUYỄN ĐÌNH LONG

PGS, TS. Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn

ĐOÀN QUANG THIỆU

TS. Trường Đại học Kinh tế và Quản trị kinh doanh Thái Nguyên

Tuy các doanh nghiệp đã có nhiều hoạt động xã hội tích cực như đóng góp, hỗ trợ các quỹ từ thiện, xóa đói, giảm nghèo và bảo vệ quyền lợi người lao động, nhưng các hoạt động này chưa được thực hiện thường xuyên và còn phụ thuộc khá lớn vào tiềm lực kinh tế và ý thức trách nhiệm của chủ doanh nghiệp. Nhận thức rõ mối quan hệ nhân quả, hai chiều giữa trách nhiệm xã hội với doanh nghiệp, thực hành đạo đức kinh doanh, chấp hành nghiêm chỉnh pháp luật là những việc làm thiết thực nhằm hướng tới sự phát triển bền vững.

I - Về trách nhiệm xã hội (TNXH) của doanh nghiệp

Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp được hiểu là sự cam kết của doanh nghiệp đóng góp vào việc phát triển bền vững, thông qua những việc làm nâng cao chất lượng đời sống của người lao động và bảo vệ môi trường cộng đồng. Đối lại, doanh nghiệp nhận được thiện cảm, sự quan tâm, tin tưởng của xã hội, làm cho tên tuổi của doanh nghiệp càng nổi tiếng hơn, qua đó doanh nghiệp có thể thu hút

được những lao động giỏi, tâm huyết với nghề. Người lao động có trách nhiệm cao hơn với doanh nghiệp, hiệu quả sản xuất và chất lượng sản phẩm của doanh nghiệp sẽ được cải thiện đáng kể. Nói cách khác, TNXH không chỉ mang lại lợi ích cho người lao động hay môi trường chung mà ngược lại, còn giúp doanh nghiệp tự quảng bá, nâng cao thương hiệu và hiệu quả sản xuất, kinh doanh của mình.

Các doanh nghiệp nhỏ và vừa (DNNVV) ở nông thôn mang tính xã hội rất cao, vì các doanh nghiệp

này đóng ở địa bàn nông thôn và có mối quan hệ chặt chẽ với các cộng đồng dân cư ở nông thôn thông qua việc huy động vốn, lao động, nguyên vật liệu sản xuất đầu vào và thị trường sản phẩm đầu ra... Khác với các doanh nghiệp ở đô thị, doanh nghiệp trong khu vực nông nghiệp, nông thôn thường là những doanh nghiệp gia đình, đóng ngay trên địa bàn có sẵn nguyên vật liệu, lao động cơ bản được tuyển tại chỗ. Vì thế TNXH của DNNVV trong khu vực nông nghiệp, nông thôn

thường không gói gọn trong mỗi doanh nghiệp, mà có những ảnh hưởng và tác động rất lớn đến cộng đồng.

Ở nước ta hiện nay, nếu hiểu DNNVV trong nông nghiệp, nông thôn, bao gồm các DNNVV đầu tư kinh doanh ở nông thôn và DNNVV sản xuất kinh doanh ở đô thị nhưng sử dụng nguyên liệu là các sản phẩm nông nghiệp, thì đến năm 2007 cả nước có 300.000 doanh nghiệp, trong đó hơn 95% là các DNNVV. Hơn 60% số DNNVV này, tương đương với khoảng 170.000 doanh nghiệp hoạt động trong khu vực nông nghiệp, nông thôn. Tuy là những doanh nghiệp rất nhỏ, vốn hoạt động chỉ từ vài trăm triệu đến vài tỉ đồng, số lượng lao động trong mỗi doanh nghiệp còn hạn chế, nhưng các DNNVV nước ta đã tạo ra 26% tổng giá trị GDP của cả nước và khoảng 3 triệu việc làm.

II - Việc thực hiện TNXH của các DNNVV ở khu vực nông nghiệp, nông thôn

1 - Trách nhiệm xã hội chưa được các DNNVV quan tâm đúng mức.

Điều đó thể hiện trên các mặt sau:

- Tỷ lệ mua bảo hiểm xã hội cho người lao động còn thấp. Theo kết quả điều tra khảo sát 120 DNNVV trong khu vực nông thôn ở 2 tỉnh Hà Tây (cũ) và Vĩnh Phúc, các DNNVV mới chỉ dành 7,1

triệu đồng (xem bảng 1) để mua bảo hiểm xã hội cho người lao động, (bằng 0,12% tổng doanh thu của doanh nghiệp). Thực tế trong các doanh nghiệp được điều tra, mỗi doanh nghiệp sử dụng từ 7 đến 10 lao động thường xuyên và khoảng 20 lao động thời vụ (khi có việc, hoặc đến thời vụ thì doanh nghiệp triệu tập lao động), nhưng các doanh nghiệp chỉ mua bảo hiểm cho một số rất ít người lao động (khoảng 3 - 4 suất bảo hiểm/doanh nghiệp), cho lao động chủ chốt như kế toán trưởng, các thợ và công nhân lành nghề. Một bộ phận lớn người lao động và đặc biệt là các lao động thời vụ thường không được mua bảo hiểm xã hội.

Bảng 1: Bảo hiểm lao động và chi phí giao dịch của các DNNVV ở nông thôn

Khoản chi của doanh nghiệp liên quan đến TNXH	Tổng số tiền chi/năm (Triệu đồng)	Mức chi/Doanh thu (%)
Bảo hiểm cho lao động	7,1	0,12
Đào tạo lao động	37,4	0,65
Phúc lợi xã hội	26,1	0,45
Chi quyền góp, đóng góp tự nguyện ở địa phương	28,1	0,49

Nguồn: Đề tài nghiên cứu cấp Bộ (2007), về Động lực của chính quyền cơ sở trong việc phát triển DNNVV ở địa phương của Lê Đức Thịnh & Lê Thị Phi Vân

- Quy trình, công nghệ sản xuất chủ yếu còn mang tính

thủ công và ít được đổi mới. Các DNNVV vẫn chưa chú trọng đúng mức đến vấn đề áp dụng các quy trình quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế (ISO). Rất ít DNNVV đầu tư công nghệ hiện đại để nâng cao năng suất lao động và chất lượng sản phẩm mà chủ yếu phát triển theo hướng khai thác, sử dụng lợi thế nhân công giá rẻ, chưa chú trọng đến phát triển theo chiều sâu.... Điều này sẽ là những bất lợi cho doanh nghiệp bởi giá nhân công đang dần tăng lên theo xu thế phát triển chung của cả nước và sự khan hiếm lao động giỏi, lao động có tay nghề cao ngày càng trở nên bức xúc hơn.

- Các loại quỹ hỗ trợ người lao động còn rất hạn hẹp. Các DNNVV ở nông thôn mặc dù đã ít nhiều quan tâm đến phúc lợi xã hội cho người lao động thông qua việc xây dựng các loại quỹ hỗ trợ người lao động, trong đó có quỹ thưởng về sáng kiến, thưởng năng suất lao động hay quỹ để tổ chức nghỉ hè tham quan... Tuy nhiên, các quỹ này chưa lớn và không phải doanh nghiệp nào cũng có. Thực tế, chỉ mới có một số doanh nghiệp cổ phần hóa và công ty trách nhiệm hữu hạn quan tâm đến phúc lợi xã hội, còn lại đa số các doanh nghiệp tư nhân không có hoặc rất ít quan tâm đến các loại chi phí phúc lợi xã hội.

- Các khoản chi phí hỗ trợ địa phương chưa được quy định rõ ràng. Đây là khoản



chi không chính thức và không thường xuyên, nhưng lại chiếm một tỷ lệ chi khá lớn, chiếm đến 0,5% doanh thu của doanh nghiệp. Theo các doanh nghiệp, đây là những khoản đóng góp "tự nguyện" cho địa phương rất đa dạng, dưới nhiều hình thức khác nhau. Khi hỏi ý kiến cán bộ thuộc chính quyền huyện, xã, có đến 88% số cán bộ được hỏi đã công nhận rằng các doanh nghiệp đóng trên địa bàn đã đóng góp các khoản "tự nguyện" không nhỏ cho địa phương. Tuy nhiên, tác dụng của khoản đóng góp này đối với sự phát triển kinh tế - xã hội ở địa phương là không rõ. Các giá trị chính thức (như tạo ra công ăn việc làm, thúc đẩy tăng trưởng kinh tế, xây dựng kết cấu hạ tầng nông thôn...) của DNNVV ít được đề cao bằng các giá trị khác.

Các tác động lan tỏa khác của doanh nghiệp trên địa bàn không được cán bộ và người dân địa phương đánh giá cao (bảng 2). Trên 200 người được hỏi ở 2 tỉnh Vĩnh Phúc và Hà Tây (cũ), chỉ có khoảng 30% số ý kiến cho rằng doanh nghiệp đóng trên địa bàn địa phương có tạo thêm việc làm cho người dân, góp phần phát triển kinh tế địa phương.

- Khả năng tiêu thụ nông sản và chuyển giao khoa học - công nghệ cho nông dân còn nhiều hạn chế. Hầu hết các doanh nghiệp chế biến nông sản hiện nay chưa xây dựng cho mình các vùng

Bảng 2: Ý kiến đánh giá của người dân địa phương về các tác dụng lan tỏa của các DNNVV ở khu vực nông nghiệp, nông thôn

Tác động của doanh nghiệp trên địa bàn	Tỷ lệ ý kiến trả lời (%)	
	Tại Vĩnh Phúc	Tại Hà Tây
Tăng thu nhập cho người dân địa phương	45,5	14,3
Giải quyết nguồn lao động dư thừa	27,3	28,6
Định hướng làm ăn, phát triển kinh tế ở địa phương	9,1	28,6
Tạo dựng phát triển làng nghề truyền thống	9,1	-
Du nhập thêm nghề mới về địa phương	9,1	-
Thay đổi bộ mặt nông thôn (kết cấu hạ tầng)	27,3	14,3
Tiêu thụ nông sản cho nông dân	-	14,3
Đưa khoa học - công nghệ vào sản xuất	-	14,3

Nguồn: Đề tài đã dẫn

nguyên liệu ổn định. Tình trạng thiếu thì tranh mua, thừa thì mặc người sản xuất còn khá phổ biến trong quan hệ doanh nghiệp và hộ nông dân tại các địa phương. Có thể nói rằng, các DNNVV trên địa bàn nông thôn hiện nay chưa tạo ra được "cú hích" tốt cho sự biến chuyển kinh tế địa phương nhằm nâng cao đời sống cho người lao động. Mặt khác, các doanh nghiệp cũng chưa phát huy được khả năng chuyển giao khoa học - công nghệ vào thực tiễn sản xuất, chế biến sản phẩm nông nghiệp.

- Vấn đề ô nhiễm môi trường và trách nhiệm xử lý chất thải chưa được giải quyết triệt để, ý thức chấp hành của các DNNVV chưa tốt. Có tới 93% số ý kiến của cán bộ và người dân được hỏi ở Hà Tây (cũ) và Vĩnh Phúc cho rằng hoạt động của các doanh nghiệp đóng trên địa bàn của họ ít nhiều đều gây ô nhiễm môi trường ở địa phương và vấn đề này chưa được giải quyết một cách có hệ thống và hữu hiệu, đang trở thành "vấn nạn" cho xã hội và cộng đồng.

2 - Nguyên nhân và hệ quả của của việc chưa coi trọng đúng mức vấn đề TNXH trong các DNNVV khu vực nông nghiệp, nông thôn.

Một số nguyên nhân mang tính khách quan hoặc chủ quan sau đây có sự tác động đến việc thực hiện TNXH:

- Nhận thức của các DNNVV ở địa phương về TNXH còn hạn chế. Nhiều nhà đầu tư, kinh doanh ở nông thôn chưa hiểu hết ý nghĩa và tác dụng của TNXH đối với sự phát triển của chính doanh nghiệp mình. Người chủ doanh nghiệp ở đây thường có quan niệm sai lầm rằng, thương hiệu của doanh nghiệp chỉ dựa vào những hình thức quảng cáo phô trương, tốn kém mà quên rằng chính TNXH là yếu tố quan trọng làm nên thương hiệu của doanh nghiệp.

- Tiềm lực kinh tế với xuất phát điểm thấp của các DNNVV. Quy mô nhỏ bé là yếu tố khiến các DNNVV

không đủ tiềm lực để đầu tư khoa học - công nghệ vào sản xuất nhằm nâng cao năng suất và chất lượng sản phẩm. Tuy nhiên, ngay cả khi thiếu vốn, nếu 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.

- Các tổ chức đoàn thể trong doanh nghiệp chưa phát huy hết vai trò trong bảo vệ quyền lợi của người lao động. Có thể nói, hiện nay, đa phần các doanh nghiệp, nhất là các doanh nghiệp tư nhân ở nông thôn không có các tổ chức đoàn thể như đoàn thanh niên, phụ nữ và công đoàn. Điều này ảnh hưởng đáng kể đến việc bảo vệ quyền lợi người lao động. Vì thế, về lâu dài, cần phải xây dựng các tổ chức đoàn thể hoạt động hữu hiệu theo pháp luật để có thể nâng cao vị thế và tiếng nói của người lao động đối với các chủ lao động, bảo vệ quyền lợi hợp pháp cho người lao động.

- Công tác tuyên truyền về tác dụng và hiệu quả của TNXH cho các doanh nghiệp ở nông thôn cũng chưa được thực hiện có hiệu quả. Đây cũng là nguyên nhân khiến các DNNVV ở nông thôn chưa thực sự quan tâm đến các hoạt động hướng tới TNXH. Cần phải tuyên truyền để các DNNVV hiểu rằng, TNXH không chỉ là nghĩa vụ của doanh nghiệp

cần thực hiện để nâng cao đời sống, phúc lợi cho người lao động và cộng đồng, mà còn là một trong những hình thức để doanh nghiệp có thể nâng cao uy tín, thương hiệu của mình, tạo vị thế trong hoạt động kinh doanh.

Gần đây, dư luận đang rất bức xúc với việc suốt 14 năm ròng Công ty Vedan Việt Nam xả nước thải chưa qua xử lý làm "chết" sông Thị Vải (Đồng Nai), hay một số doanh nghiệp chung tay "giết" sông Hồng (Công ty Miwon Việt Nam, Nhà máy Nhuộm Pangrim, Nhà máy Giấy Việt Trì, Nhà máy Hóa chất Việt Trì, Nhà máy Bia rượu Viger). Các công ty này sẽ bị xử phạt theo pháp luật bằng nhiều hình thức khác nhau, không ít sản phẩm của họ đã bị người tiêu dùng tẩy chay.

Trong khi, vào những năm 90 thế kỷ XX, trên thế giới đã có không ít các trường hợp được nhiều người biết đến, như Tập đoàn Nike, do thiếu sự quan tâm đúng mức đến cải thiện điều kiện lao động, để công nhân phải lao động trong các điều kiện khắc nghiệt ở các nhà máy tại Đông Á và Đông - Nam Á, bởi thế đã bị tẩy chay trên toàn cầu. Đây là một ví dụ khác về sự thất bại của doanh nghiệp tự đánh mất thương hiệu của mình khi không thực hiện tốt TNXH.

Ngược lại, sản phẩm muối i-ốt của Unilever, vì đã phát triển một chiến lược đúng đắn, gắn kết sản phẩm của

mình với sức khỏe cộng đồng thông qua hợp tác với Quỹ Nhi đồng Liên hợp quốc (UNICEF), nên trong một thời gian ngắn đã chiếm 35% thị trường Ấn Độ và ở nhiều nước khác.

Những ví dụ trên là những vấn đề liên quan đến TNXH của doanh nghiệp, trong xu thế phát triển kinh doanh trên thế giới đang tập trung "phụng sự xã hội" cũng như việc quan tâm đáp ứng những nhu cầu của xã hội, khách hàng, người tiêu dùng. Làn sóng này là không thể đảo ngược.

Vì thế, qua trường hợp của Vedan và một số doanh nghiệp gây ô nhiễm môi trường kể trên, không chỉ các doanh nghiệp đang hướng tới các giá trị phục vụ cộng đồng, mà bất kỳ người nào trong mỗi chúng ta đều phải có trách nhiệm bày tỏ thái độ trước những việc làm thiếu trách nhiệm đối với xã hội. Về mặt quản lý vĩ mô, khi các doanh nghiệp chưa có ý thức về đạo đức, luật pháp và sự phát triển bền vững..., thì những biện pháp xử lý nghiêm minh bằng luật pháp, đồng thời xây dựng chế tài khuyến khích những doanh nghiệp thực hiện tốt TNXH sẽ là những động lực cho việc hình thành và phát triển ý thức TNXH của doanh nghiệp ở nước ta ngày càng có chiều sâu và phù hợp với xu thế của thế giới văn minh, hiện đại và phát triển bền vững. □