

MỘT SỐ VẤN ĐỀ TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI CỦA CÔNG TY

PTS HỒ ĐỨC HÙNG và ĐINH PHI HỒ,
NGUYỄN THÁI HÒA, TRẦN BÁ NHÂN

xã hội khác. Tuy nhiên có một số tiêu chuẩn có thể áp dụng giúp cho công ty lựa chọn những hành động xã hội nào để thực hiện. Đối với một công ty việc chọn lựa chiến lược kết hợp lợi ích phải dựa trên những tiêu chuẩn được minh họa trong biểu đồ dưới đây:

Từ năm 1986 đến nay, nền kinh tế VN đi vào hoạt động theo cơ chế thị trường. Một điều mặc nhiên mà ai cũng phải công nhận, đó là sự cạnh tranh ngày càng trở nên mạnh mẽ giữa các công ty. Trong bối cảnh này, không ít công ty đã giành ưu thế cạnh tranh bất chấp mọi thủ đoạn để nâng cao lợi nhuận cho mình, do đó là trong những năm gần đây, các công ty này đã gây không ít hậu quả nghiêm trọng về mặt xã hội, chẳng hạn như gây ô nhiễm môi trường, xây dựng làm mất vẻ mỹ quan của thành phố, trốn tránh nghĩa vụ thuế đối với nhà nước, thiếu tinh thần trách nhiệm đối với việc đóng góp vào phúc lợi chung của cộng đồng dân cư ở địa bàn mà công ty hoạt động. Tuy nhiên, cũng không ít công ty có hoạt động ngày càng gắn liền với các hoạt động mang tính chất xã hội, chẳng hạn như góp phần cải thiện môi trường sống, xây dựng đường sá, cơ sở hạ tầng, tiến hành các hoạt động tài trợ, bảo trợ cho các hoạt động xã hội, văn hóa, giáo dục và y tế. Do đó, vấn đề về trách nhiệm xã hội của công ty cần được quan tâm đúng mức.

Trách nhiệm xã hội của công ty là gì?

Hầu hết các chiến lược kinh doanh của các công ty liên quan đến vấn đề kinh tế và xã hội, hai vấn đề này không thể tách rời nhau. Những hoạt động kinh tế của công ty thường dẫn tới những kết quả và hậu quả xã hội. Một hình ảnh đơn giản cho chúng ta thấy là khi một công ty với qui mô sản xuất lớn quyết định xây dựng nhà máy mới hoặc là đóng cửa nhà máy đang hoạt động ở một thị trấn nào đó, điều này sẽ làm thay đổi cơ cấu xã hội của vùng đó một cách lâu dài. Do đó, trách nhiệm của công ty liên quan đến những hành động mà công ty muốn bảo vệ, cải tiến phúc lợi chung xã hội cùng với lợi ích riêng của công ty.

Công ty có nên chịu trách nhiệm xã hội hay không?

Nói một cách giản dị, trách nhiệm xã hội là cách cư xử đúng đắn và cao thượng (fair play), hay là cư xử phù hợp theo đạo lý của xã hội.

Nói một cách sống phẳng hơn, hành vi trách nhiệm xã hội được thực hiện vì lợi ích kinh tế của bản thân công ty. Theo giáo sư Edward H. Bowman, Đại học Pennsylvania, nguyên

Trách nhiệm xã hội	Khả năng sinh lời			
	lỗ	thấp	trung bình	cao
xấu				
thấp				
trung bình			*	*
cao			*	*

nhân của hành vi trên là do:

+ Những hoạt động kinh tế của công ty có những hậu quả xã hội ảnh hưởng đến những người bên ngoài công ty, đặc biệt là cộng đồng dân cư nơi công ty hoạt động. Do đó công ty phải quan tâm tới những hậu quả xã hội khi tiến hành hoạt động sản xuất, kinh doanh nếu công ty muốn nhận được sự ủng hộ của các tác nhân bên ngoài. Nếu không, công ty sẽ gặp khó khăn và bị chống đối.

+ Trách nhiệm xã hội là một chiến lược đầu tư khôn ngoan vì những hành vi xã hội của công ty cũng ảnh hưởng giá trị cổ phiếu của công ty (một công ty có trách nhiệm xã hội cao được công chúng biết đến sẽ góp phần làm tăng uy tín của công ty trên thị trường). Điều này cũng có nghĩa là trách nhiệm xã hội cũng tạo lợi ích cho những tác nhân bên trong công ty, đó là các cổ đông. Hay nói cách khác, một hành động tiến hành gặt hái được 2 mục tiêu: sự ủng hộ của những tác nhân bên trong và bên ngoài công ty.

+ Đứng trên quan điểm của nhà đầu tư, những công ty nào xem nhẹ trách nhiệm xã hội, thì việc đầu tư vào những công ty đó cũng chứa đựng nhiều rủi ro hơn. Bài học kinh nghiệm trên thế giới cũng cho chúng ta thấy được điều này. Chẳng hạn như trường hợp của công ty Union Carbide, trong năm 1985, giá cổ phiếu của công ty trên thị trường giảm một cách đột ngột hơn 37%, nguyên nhân của hậu quả này là do việc làm rò rỉ gas của nhà máy Bhopal của công ty đặt tại Ấn Độ (gây tử vong 1.757 người và 17.000 người bị thương nặng).

Công ty nên quyết định đáp ứng những vấn đề xã hội như thế nào?

Mặc dù khái niệm trách nhiệm xã hội bao hàm sự đáp ứng tự nguyện của công ty nhưng trách nhiệm xã hội cũng đến từ những áp lực bên ngoài, có thể là từ Chính phủ hoặc những tác nhân

Những chiến lược phù hợp nhất là những chiến lược mà trong đó lợi ích xã hội và công ty đều đạt mức độ trung bình-cao (vùng được đánh dấu trên biểu đồ). Chiến lược không nên lựa chọn là chiến lược có khả năng sinh lợi trung bình-cao nhưng lợi ích xã hội không tốt. Dĩ nhiên công ty cũng không thể lựa chọn chiến lược có lợi ích xã hội cao nhưng khả năng sinh lợi thấp.

Làm cách nào để khuyến khích các công ty nâng cao tinh thần trách nhiệm xã hội?

Bài học kinh nghiệm thực tiễn trong thời gian qua cho thấy rằng: ở những nơi không có áp lực đòi hỏi, việc quan tâm về trách nhiệm xã hội cũng sẽ giảm đi. Có 2 áp lực chủ yếu: áp lực của chính phủ và cộng đồng dân cư.

+ Đối với những công ty thiếu trách nhiệm xã hội, chính phủ cần trừng phạt nghiêm khắc hơn. Biện pháp có thể là:

Ngoài khoản thu bồi thường thiệt hại cho những hậu quả xã hội do công ty gây ra, chính phủ thu hồi lại giấy phép hoạt động của công ty (kể cả công ty nước ngoài hoạt động tại VN). Thông qua phương tiện thông tin đại chúng, khuyến khích dân chúng tố giác những hành vi thiếu trách nhiệm xã hội của các công ty vi phạm.

+ Đối với những công ty có trách nhiệm xã hội cao (kể cả công ty nước ngoài hoạt động tại VN), chính phủ cần khuyến khích mạnh mẽ hơn. Biện pháp có thể là:

Những khoản chi phí cho hoạt động để đảm bảo trách nhiệm xã hội của công ty được chính phủ cho phép tính vào chi phí hoạt động chung của công ty (có ý nghĩa làm giảm bớt thuế thu nhập cho công ty), ngoài ra, các phương tiện thông tin đại chúng (đặc biệt là truyền hình, truyền thanh, báo chí) sẽ giới thiệu hoạt động của các công ty này cho công chúng biết một cách rộng rãi ♣