

Doanh nghiệp Việt Nam với vấn đề tăng cường trách nhiệm xã hội

PGS., TS. NGUYỄN ĐÌNH TÀI

Viện Nghiên cứu Quản lý Kinh tế Trung ương

Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (TNXHCDN) hiện nay đã trở thành một trong những nội dung quan trọng trong hoạt động quản trị chiến lược của tất cả các đơn vị sản xuất kinh doanh. Không chỉ hạn chế trong các vấn đề truyền thống, TNXHCDN hiện phát triển đa dạng và ngày càng bao trùm lên rất nhiều lĩnh vực khác nhau nhằm góp phần vào sự tăng trưởng kinh tế bền vững, đảm bảo thông tin trung thực đến khách hàng, nhà đầu tư, giữ uy tín và đạo đức trong giao dịch với đối tác, cạnh tranh lành mạnh, khuyến khích công tác xã hội vì cộng đồng...

Hiểu đúng về trách nhiệm xã hội của DN

Công cuộc đổi mới nền kinh tế Việt Nam đã đạt được nhiều thành tựu đáng kể nhờ sự đóng góp to lớn của khu vực DN. Khu vực này đã phát triển rất nhanh cả về lượng lẫn chất và đang giữ vai trò quyết định cho sự phát triển tích cực, bền vững của nền kinh tế thị trường.

Tuy nhiên, “cuộc đua tăng trưởng bằng mọi giá” của không ít DN đã bộc lộ mặt trái của kinh doanh thời nay. Những “hồi chuông” báo động về tình trạng DN gây ô nhiễm tràn lan, người tiêu dùng lao đao vì thực phẩm độc hại, hàng hóa tiêu dùng kém chất

hết và đang là một trong những mối quan tâm hàng đầu không chỉ của các cấp chính quyền mà

của toàn xã hội, đặc biệt sau một loạt vi phạm của Công ty Vedan, Công ty Miwon về môi trường, các vụ ngộ độc thức ăn của công nhân ở nhiều khu công nghiệp và hàng nghìn vụ tai nạn lao động xảy ra tại các DN.

Do không thực hiện tốt các nghĩa vụ xã hội, cho nên cùng với sự phát triển kinh tế, nhiều DN đang gây ra những hậu quả đáng tiếc như môi trường bị hủy hoại, đạo đức xuống cấp, sức khỏe của người lao động và của

lượng đang được “giống lên” hàng ngày. Vấn đề TNXHCDN đối với người tiêu dùng và môi trường đã trở nên bức xúc hơn bao giờ



người dân suy giảm... tại rất nhiều địa phương. Điều cấp bách hiện nay là phải xác định rõ bản chất, nguyên nhân của tình trạng này và tìm giải pháp khắc phục.

Chính vì chưa thấy được vai trò quan trọng cũng như lợi ích từ việc thực hiện trách nhiệm xã hội nên nhiều DN đã không làm tròn trách nhiệm của mình, xâm phạm nghiêm trọng quyền và lợi ích hợp pháp của người lao động, người tiêu dùng, gây ô nhiễm nặng môi trường sinh thái. Với góc nhìn lợi ích hạn hẹp, ngắn hạn, những DN đó đã vô tình làm cho người tiêu dùng quay lưng lại với mình và vì thế bị thiệt hại lợi ích lâu dài. Do vậy, điều quan trọng đặt ra ở đây là cần phải hiểu đúng thế nào là TNXHCDN đối với người tiêu dùng và môi trường.

Theo cách hiểu "truyền thống" khá phổ biến thì DN thực hiện trách nhiệm xã hội như là một hoạt động tự nguyện, tự giác tham gia giải quyết các vấn đề xã hội mang tính nhân đạo, từ thiện. Ngoài việc tuân thủ pháp luật lao động, pháp luật kinh doanh, các nghĩa vụ tài chính đối với Nhà nước, DN không phải chịu trách nhiệm pháp lý nào khác đối với xã hội và người tiêu dùng. Tuy nhiên, theo Ngân hàng Thế giới thì: TNXHCDN là khái niệm mà ở đó DN biết coi trọng lợi ích của xã hội bằng cách chịu trách nhiệm về các hoạt động của mình đối với khách hàng, nhà cung cấp, người lao động, cổ đông, cộng đồng và các bên liên quan khác, cũng như môi trường. Trách nhiệm này được coi là vượt qua cả trách nhiệm tuân thủ luật pháp và xem như các DN tự nguyện tiến hành thêm các biện pháp nhằm cải thiện chất lượng cuộc sống cho người lao động và gia đình của họ cũng như cho cộng đồng địa phương và xã hội nói chung.

Lợi ích của việc thực hiện TNXHCDN

Ở cấp độ DN

TNXHCDN có thể góp phần nâng cao thương hiệu DN, giúp DN tăng thị phần và tạo thêm nhiều lợi nhuận hơn thông qua việc giúp DN tăng tính cạnh tranh theo một số cách sau đây:

- Do TNXHCDN liên quan đến việc thiết lập mối quan hệ mật thiết với các đối tác của DN như nhà cung

Khi cạnh tranh ngày càng khốc liệt, đòi hỏi yêu cầu từ khách hàng ngày càng cao và xã hội có cái nhìn ngày càng khắt khe đối với DN thì các DN muốn phát triển bền vững phải quan tâm hơn đến trách nhiệm xã hội. Bởi vậy, DN phải luôn tuân thủ những chuẩn mực về bảo vệ môi trường thiên nhiên, môi trường lao động, bình đẳng về giới, an toàn lao động, quyền lợi lao động, đào tạo và phát triển nhân viên, góp phần phát triển cộng đồng...

cấp, khách hàng, người lao động, cộng đồng v.v... bằng cách quan tâm đến những lợi ích của họ, DN có thể khiến các đối tác của mình hài lòng và kết quả là DN có thể hưởng lợi từ những mối quan hệ mật thiết này. Chẳng hạn, nhận thức tốt hơn về những nhu cầu của khách hàng, DN có thể trở nên cạnh tranh hơn trong việc đáp ứng yêu cầu về chất lượng sản phẩm.

- Trong một số trường hợp, TNXHCDN có thể đem lại hiệu suất lớn hơn (chẳng hạn như tiết kiệm được chi phí từ việc ứng dụng các kỹ thuật giảm thiểu chất thải, và điều này có thể giúp DN có được giá cả cạnh tranh hơn).

- Ngoài ra, khi TNXHCDN khuyến khích các DN đảm bảo môi trường làm việc tốt cho người lao động, bao gồm bảo hiểm xã hội, an toàn lao động, đối xử bình đẳng, chăm sóc sức khỏe định kỳ, thì chính những điều này có thể giúp các DN giữ chân được người lao động có kỹ năng, tăng hiệu suất lao động và thậm chí thu hút thêm người lao động có trình độ. Tất cả những yếu tố này sẽ giúp các DN cạnh tranh hơn trong việc thu hút lao động.

- Việc lấy chứng chỉ về TNXHCDN có nhiều lợi ích tiềm năng: Lợi ích trước mắt là có thêm đơn đặt hàng từ những công ty mua hàng đòi hỏi các tiêu chuẩn về TNXHCDN; còn lợi ích dài hạn là cho chính công ty như cải thiện quan hệ trong công việc, giảm chi phí, tăng năng suất lao động, giảm tỷ lệ nhân viên nghỉ, bỏ việc, giảm chi phí tuyển dụng và đào tạo nhân viên mới, tăng doanh thu, tăng giá trị, thương hiệu, và thêm cơ hội

tiếp cận những thị trường mới. TNXHCDN đối với phát triển kinh tế địa phương có thể tạo ra nguồn lao động tốt hơn, nguồn cung ứng rẻ và đáng tin cậy hơn.

- TNXHCDN tốt là yếu tố giúp thu hút nhân tài. Nhân viên là yếu tố quyết định năng suất và chất lượng sản phẩm. Có được những nhân viên tốt đã khó nhưng giữ chân họ còn khó khăn hơn nhiều. Việc thu hút nhân tài luôn được các công ty quan tâm. Những công ty trả lương thỏa đáng và công bằng, tạo cho nhân viên cơ hội đào tạo, bảo hiểm y tế và môi trường làm việc sạch sẽ có khả năng thu hút và giữ được nhân viên tốt. Những người chủ DN giỏi thường không lo lắng nhiều về những chi phí cho TNXHCDN (lo sức khỏe nhân viên và người nhà của họ, cho nhân viên vay tiền để mua xe, mua nhà, tổ chức nhà trẻ, trường học cho con cái họ...).

Ở cấp độ quốc gia

TNXHCDN có thể góp phần xóa đói giảm nghèo thông qua những chương trình từ thiện do các DN thực hiện như đóng góp cho Quỹ vì người nghèo, Quỹ vì người tàn tật v.v... Các chính sách về TNXHCDN trong bản thân các DN như đối xử bình đẳng giữa nam giới và nữ giới, với lao động cũ và mới cũng đem lại công bằng xã hội nói chung. Và một đóng góp quan trọng nữa của TNXHCDN ở cấp quốc gia là góp phần bảo vệ môi trường, nó quan trọng bởi tình trạng ô nhiễm môi trường hiện đang đe dọa cuộc sống con người hơn bao giờ hết và ngốn nhiều tiền của để xử lý vấn đề này.

Khi cạnh tranh ngày càng khốc liệt, đòi hỏi yêu cầu từ khách hàng ngày càng cao và xã hội có cái nhìn ngày càng khắt khe đối với DN thì các DN muốn phát triển bền vững phải luôn tuân thủ những chuẩn mực về bảo vệ môi trường thiên nhiên, môi trường lao động, bình đẳng về giới, an toàn lao động, quyền lợi lao động, đào tạo và phát triển nhân viên, góp phần phát triển cộng đồng...

Nếu chỉ tính trong ngắn hạn, lợi ích mà TNXHCDN có thể đem lại là các đơn đặt hàng từ những công ty mua hàng đòi hỏi các tiêu chuẩn về TNXHCDN. Tuy nhiên chi phí để áp dụng chương trình TNXHCDN có thể làm ảnh hưởng đến kết quả kinh

doanh của công ty. Những người lãnh đạo có tầm nhìn xa trông rộng sẽ có mục tiêu hoạt động không chỉ giới hạn bởi lợi nhuận. Thước đo thành công của họ bắt nguồn từ tác động mà họ tạo ra đối với nhu cầu xã hội. Các doanh nhân này tìm kiếm những giải pháp để thay đổi xã hội theo chiều hướng tốt hơn và đổi lại, DN của họ sẽ có những điều kiện để phát triển bền vững hơn. Lợi ích dài hạn chủ yếu của TNXHCDN là cho chính nội bộ DN như cải thiện quan hệ trong công việc, giảm bớt tai nạn, giảm tỷ lệ nhân viên thôi việc, tăng năng suất lao động. Ngoài ra, TNXHCDN còn giúp nâng cao uy tín của DN trong quan hệ với khách hàng và các đối tác, tạo ra ưu thế trong cạnh tranh và thuận lợi trong việc kêu gọi đầu tư, đặc biệt là đầu tư nước ngoài.

Có những e ngại rằng áp dụng TNXHCDN ở DN nhỏ và vừa (DNNVV) gặp nhiều khó khăn hơn những DN lớn vì các nguồn tài nguyên của DNNVV quá hạn chế, không thể đáp ứng được những chương trình TNXHCDN đắt tiền. Quan điểm đó không hoàn toàn chính xác, một DN nhỏ mới thành lập nếu muốn thành công và phát triển bền vững thì không thể không tham gia vào các hoạt động mang tính trách nhiệm đối với xã hội ngay từ đầu. Hơn nữa, chương trình TNXHCDN không nhất thiết phải tốn kém. TNXHCDN là quan trọng nhưng không phải ở tờ giấy chứng nhận mà ở chính quy trình thực hiện nó. Nếu DN chỉ chạy theo hình thức mà không thực thi nghiêm túc thì TNXHCDN không còn ý nghĩa. DN sẽ thành công trong việc áp dụng TNXHCDN nếu có sự cam kết của ban lãnh đạo, những người thực sự hiểu rõ tầm quan trọng và lợi ích TNXHCDN sẽ mang lại trong dài hạn và biến TNXHCDN thành một phần văn hóa DN.

Thực hiện trách nhiệm xã hội của DN Việt Nam

TNXHCDN được đưa vào nước ta thông qua hoạt động của các công ty đa quốc gia đầu tư vào Việt Nam. Các công ty này thường xây dựng được các bộ quy tắc ứng xử và chuẩn mực văn hoá kinh doanh có tính phổ quát để có thể áp dụng trên nhiều địa bàn thị trường khác nhau. Do đó, các nội dung TNXHCDN được các công ty nước

ngoài thực hiện có bài bản và đạt hiệu quả cao. Có thể lấy một số ví dụ nổi bật như Chương trình “Tôi yêu Việt Nam” của Công ty Honda Việt Nam; Chương trình giáo dục vệ sinh cá nhân cho trẻ em tại các tỉnh miền núi của Công ty Unilever; Chương trình đào tạo tin học Topic64 của Microsoft, Qualcomm và HP; Chương trình hỗ trợ phẫu thuật dị tật bẩm sinh và ủng hộ nạn nhân vụ sập nhịp dẫn cầu Cần Thơ của VinaCapital, Samsung; Chương trình khôi phục thị lực cho trẻ em nghèo của Western Union...

Đối với khu vực DN trong nước, các công ty xuất khẩu có lẽ là đối tượng đầu tiên tiếp cận với TNXHCDN. Hầu hết các đơn hàng từ châu Âu, Mỹ, Nhật đều đòi hỏi các xí nghiệp may mặc, giày dép phải áp dụng chế độ lao động tốt (tiêu chuẩn SA8000) hay đảm bảo an toàn vệ sinh thực phẩm (đối với các xí nghiệp thủy sản)... Một số công ty chủ động thực hiện TNXHCDN và tạo được hình ảnh tốt đối với công chúng như các DN: Mai Linh, Tân Tạo, Duy Lợi, ACB, Sacombank, Kinh Đô...

Năm 2006, Bộ Lao động - Thương binh và Xã hội đã tiến hành một cuộc điều tra về TNXHCDN tại 24 DN dệt may và giày da. Kết quả điều tra cho thấy việc thực hiện tốt TNXHCDN đã giúp các DN này nâng doanh thu thêm 25%, năng suất lao động từ 34,2 triệu đồng/người/năm lên 35,8 triệu đồng/người/năm. Ngoài ra, các DN đã tạo ra được hình ảnh tốt về mình. Những sáng kiến TNXHCDN tốt cũng đã giúp Công ty May Tây Đô nâng cao đáng kể chất lượng sản phẩm nhờ vào lực lượng lao động ổn định. Tương tự như vậy, Công ty May Sài Gòn (WEC), được sự hỗ trợ của Công ty Tài chính Quốc tế (IFC) và chính quyền TP.HCM, đã xem SA 8000 như là một phần của chiến lược tạo ra sự khác biệt. Ngoài chứng chỉ SA 8000, sản xuất sạch cũng là một cách tham gia hữu hiệu khác của các nhà sản xuất Việt Nam.

Trong mấy năm gần đây, Hà Nội đã nghiên cứu, triển khai áp dụng hệ thống quản lý môi trường theo ISO 14000 tại Công ty Giày Thụy Khuê, Công ty Dệt 19/5, Công ty Xuân Hòa và Công ty Sơn tổng hợp Hà Nội, Công ty May 10, Công ty Giày Thượng Đình, Công ty Kim khí Thăng Long, Công ty Nhựa cao cấp Hàng

không và Công ty Dệt may Hà Nội, giúp các DN này tiết kiệm chi phí năng lượng, nguyên liệu, giảm rủi ro, áp lực từ quy chế, chế tài về môi sinh, môi trường, bảo vệ môi trường đối với đơn vị và cộng đồng, tạo hình ảnh tốt về đơn vị đối với khách hàng, cộng đồng, tăng khả năng cạnh tranh, mở rộng thị trường, phát triển bền vững.

Trách nhiệm đối với khách hàng còn yếu

Nước ta có hơn 90% là DNNVV, có qui mô lao động từ 3 đến 300 người/đơn vị, chiếm 19% số lượng lao động và 27% tổng doanh thu xuất khẩu. Công nghệ phần lớn khá cũ, hàng hóa tiêu thụ chủ yếu trong nước hoặc gia công cho nước ngoài, một số sản phẩm phục vụ xuất khẩu. Nhiều DN chạy theo số lượng, không quan tâm đến chất lượng. Sản phẩm có hàm lượng chất xám thấp, thương hiệu nổi tiếng chưa nhiều. Tiêu chuẩn chất lượng do DN tự xây dựng, ban hành công bố với người tiêu dùng.

Các nhà kinh doanh chưa quan tâm đúng mức tới chất lượng sản phẩm, người tiêu dùng thiếu hàng hóa, nên quyền lựa chọn bị hạn chế và luôn bị ép giá. Bên cạnh đó, nhiều cơ sở nhỏ làm hàng nhái, hàng lậu, hàng giả không bảo đảm an toàn cho người sử dụng. Trong hành xử đối với người tiêu dùng, nhiều DN tỏ ra thiếu văn minh thương mại trong nhiều khâu từ tiếp thị, bán hàng cho đến giải đáp khiếu nại, trách nhiệm bảo hành, bồi thường v.v...

Gần đây phát hiện nhiều nhà kinh doanh nhập hàng trăm tấn thịt, ngũ tạng động vật, mỡ quá đắt, hoặc cận đất nhiễm vi sinh. Trong đo lường, ngoài chất lượng xăng kém, hành vi đong thiếu, có DN cố tình gắn chip điện tử để gian lận trong bán xăng, gian lận trong đếm tính cước taxi. Người tiêu dùng không được bồi thường thiệt hại vì những hành vi gian lận thương mại trong các lĩnh vực này.

Trong 6 tháng đầu năm 2009, theo thống kê của Bộ Y tế, toàn quốc xảy ra 72 vụ ngộ độc thực phẩm làm 3069 người đi cấp cứu, 29 người tử vong. Cũng theo Bộ này, hàng năm Việt Nam có khoảng 200.000 người bị ung thư, trong đó con số tử vong lên đến 150.000 người, có đến 35% số bệnh nhân ung thư được chẩn đoán mắc bệnh do những nguyên nhân liên

quan đến sử dụng thực phẩm độc hại.

Khả phổ biến hiện tượng thông tin không trung thực, đánh lừa người tiêu dùng về xuất xứ hàng hóa, về thành phần, tính năng công dụng, khuyến mại với giá cả cắt cổ trong việc bán sửa ngoại, trong thuốc tân dược, lừa dối người tiêu dùng vì ham lợi nhuận trong bán hàng đa cấp. Đối với trách nhiệm bảo hành thường có sự mập mờ về nội dung bảo hành, địa chỉ bảo hành, thậm chí né tránh trách nhiệm bảo hành, kéo dài việc giải quyết khiếu nại của người tiêu dùng, bồi thường không thỏa đáng v.v...

Trách nhiệm xã hội đối với môi trường bị bỏ rơi

Nhìn chung, các DN Việt Nam chưa quan tâm tới đầu tư cho bảo vệ môi trường. Có thể nói, ý thức tuân thủ các qui định về bảo vệ môi trường của nhiều DN còn rất kém. Tình trạng vi phạm pháp luật về bảo vệ môi trường của DN là phổ biến và rộng khắp. Chẳng hạn, trong hai năm 2005 - 2006, Bộ Tài nguyên và Môi trường đã triển khai thanh tra về bảo vệ môi trường tại 6 tỉnh, thành là Đồng Nai, Bình Dương, Nam Định, Hà Nam, Hà Tây và TP. HCM, đã phát hiện trong số 90 DN được thanh tra có đến 87 DN có hành vi vi phạm hành chính trong lĩnh vực bảo vệ môi trường (chiếm tới 96,6%). Một số DN đã có hệ thống xử lý nước thải nhưng không vận hành hoặc chỉ vận hành đối phó. Có đến 70% các khu công nghiệp không có hệ thống xử lý nước thải tập trung, 90% các cơ sở sản xuất kinh doanh dịch vụ không xử lý nước thải; thu gom xử lý chất thải rắn, nhất là chất thải nguy hại còn rất tự phát, phần lớn vi phạm quy định bảo vệ môi trường.

Tăng cường TNXHCDN trong giai đoạn hiện nay

Các biện pháp thực hiện TNXHCDN đối với người tiêu dùng

Dưới đây là đề xuất một nhóm các biện pháp nhằm tăng cường TNXHCDN:

- Người tiêu dùng được quyền tẩy chay các sản phẩm không tốt có thể tạo ra tác động đáng kể tới nhà sản xuất, buộc họ phải thay đổi hành vi.

- Để thực thi các quy định về bảo

vệ người tiêu dùng, các cơ quan có chức năng nên tư vấn cho người tiêu dùng về luật pháp và giúp họ nhận thức rõ hơn về quyền lợi của họ. Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng hiện đang được soạn thảo sẽ được trình lên Quốc hội và được kỳ vọng sẽ được thông qua vào năm 2010 cần tập trung vào việc thúc đẩy vai trò của hiệp hội trong việc bảo vệ người tiêu dùng. Luật này cần quy định rõ ràng và cụ thể quyền lợi của người tiêu dùng và các biện pháp đảm bảo các quyền lợi đó; những trách nhiệm của nhà sản xuất và nhà cung cấp dịch vụ và các biện pháp xử lý những người vi phạm. Luật này phải buộc các DN bồi thường cho người tiêu dùng khi nhà sản xuất hay cung cấp dịch vụ không đúng chất lượng đã đăng ký. Hơn nữa, các chức năng và nhiệm vụ của các cơ quan giải quyết các khiếu nại và kiến nghị của người tiêu dùng cũng cần được quy định cụ thể.

Các biện pháp thực hiện TNXHCDN đối với môi trường

Khuyến khích DN đầu tư bảo vệ môi trường qua những chính sách thuế, tín dụng ưu đãi... để DN có thể sống "đàng hoàng" với xã hội mà không phải quá so đo về mặt lợi nhuận. Tích cực hỗ trợ, quảng bá những kỹ thuật, công nghệ có thể giúp DN sinh lời trong đầu tư bảo vệ môi trường.

Các DN phải tuân thủ mọi quy định về ký hợp đồng lao động, trả phí bảo hiểm xã hội cho người lao động, trả lương cho người lao động theo một cách thích hợp, trả phụ cấp làm thêm giờ cho người lao động, có các quy định bảo vệ lao động nghiêm túc. v.v. Bên cạnh các điều kiện bắt buộc tối thiểu như trên, các DN phải thường xuyên kiểm tra và duy trì thiết bị máy móc để đảm bảo rằng người lao động được làm việc trong một môi trường an toàn và hiệu quả; cải thiện điều kiện lao động. Thay vì định kỳ sửa chữa các dây chuyền sản xuất lạc hậu nhập khẩu từ các nước phát triển, các DN nên sớm quyết định đầu tư vào công nghệ mới và hiện đại để tăng năng suất lao động, đảm bảo chất lượng sản phẩm, đầu tư sao cho có hiệu quả cao về mặt chi phí.

Khuyến khích tăng cường các sáng kiến về TNXHCDN

Cùng với việc giúp cộng đồng DN

và các bên liên quan làm quen với khái niệm TNXHCDN, các cơ quan chức năng của Việt Nam, các hiệp hội kinh doanh và các tổ chức phi chính phủ nên khích lệ các DN có những sáng kiến TNXHCDN bằng các biện pháp khuyến khích như thưởng, cấp kinh phí... Việc thưởng và báo cáo về TNXHCDN là các công cụ khuyến khích hiệu quả những DN có những nỗ lực bền bỉ, loại ra các DN có tình hình hoạt động TNXHCDN không tốt.

Bên cạnh việc thưởng và báo cáo về TNXHCDN, được tài trợ cho các dự án TNXHCDN cũng là một biện pháp khuyến khích hiệu quả để buộc các DN phải tuân thủ các chuẩn mực TNXHCDN. Các loại dự án này thường được các tổ chức quốc tế và các hiệp hội kinh doanh tài trợ. Ví dụ như dự án được tài trợ về tiêu chuẩn lao động và TNXHCDN do VCCI phối hợp với Công đoàn TP.HCM, Sở Lao động Thương binh và Xã hội TP.HCM và Liên đoàn Lao động Phần Lan thực hiện trong giai đoạn 2006 - 2008. Mục đích của dự án này là về lâu dài xây dựng những chuẩn mực xã hội cho các nhà cung cấp Việt Nam, cải thiện điều kiện lao động, năng suất lao động và lợi nhuận của doanh nghiệp. Cuối cùng, là những khách hàng quốc tế, họ cũng có thể khuyến khích các DN Việt Nam áp dụng TNXHCDN trong chuỗi cung cấp cũng như hỗ trợ các DN này về nguồn lực và công nghệ nhằm bảo vệ môi trường, một trách nhiệm có tính then chốt cho đến nay vẫn bị xao nhãng.

Tài liệu tham khảo:

1. Nguyễn Đình Cung, Lưu Minh Đức, "Trách nhiệm xã hội của DN: Một số vấn đề lý luận và yêu cầu đổi mới trong quản lý nhà nước ở Việt Nam", Tạp chí Quản lý kinh tế, Số 11+12, 2008.
2. Đề tài khoa học cấp Bộ của Viện Nghiên cứu Quản lý Kinh tế T.U. "Nghiên cứu cơ chế, chính sách thúc đẩy DN đầu tư cho hoạt động bảo vệ môi trường", Chủ nhiệm đề tài Vũ Xuân Nguyệt Hồng, 2007.
3. Đề tài khoa học cấp Bộ của Viện Nghiên cứu Quản lý Kinh tế T.U. "Trách nhiệm đảm bảo xã hội và nhu cầu về lao động của DN ở Việt Nam", Chủ nhiệm đề tài TS. Nguyễn Thị Tuệ Anh, 2008.
4. Nguyen Dinh Tai, Le Thanh Tu, Corporate Responsibility Toward Employees: The Most Important Component of TNXHCDN, Overture Internationale, CFVG, No. 12, Hanoi, 2008...