

THỨC ĐẨY TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI CỦA DOANH NGHIỆP THÔNG QUA THỰC HÀNH KINH DOANH CÓ TRÁCH NHIỆM Ở VIỆT NAM

NCS. ThS. NGUYỄN MẠNH TUÂN
Trường Đại học Hải Dương.

Thông tin bài viết:

Từ khóa: Doanh nghiệp; trách nhiệm xã hội; trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp; kinh doanh có trách nhiệm.

Lịch sử bài viết:

Nhận bài : 09/07/2023
Phản biện : 19/03/2024
Duyệt bài : 12/05/2024

Article Information:

Keywords: Enterprise; social responsibility; corporate social responsibility; responsible business.

Article History:

Received : 09 Jul. 2023
Peer Reviewed : 19 Mar. 2024
Approved : 12 May 2024

Tóm tắt:

Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp và thực hành kinh doanh có trách nhiệm đã trở thành những tiêu chuẩn và mối quan tâm toàn cầu. Trong bài viết này, tác giả đưa ra sự nhận diện về nội hàm, khái quát hoá, phân tích so sánh những tiêu chuẩn quốc tế về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp và thực hành kinh doanh có trách nhiệm. Trên cơ sở đó, tác giả liên hệ, đánh giá và đưa ra một số gợi mở để xây dựng, thực hiện có hiệu quả Kế hoạch hành động quốc gia về thực hành kinh doanh có trách nhiệm ở Việt Nam.

Abstract:

Corporate social responsibility and responsible business practices have become global standards and concerns. Within the article, the author provides an identification of the connotation, generalization, and comparative analysis of international standards on corporate social responsibility and responsible business practices. Accordingly, the author also gives out assessments of and proposes a number of recommendations for the establishment and effective enforcement of the National Action Plan on responsible business practices in Vietnam.

1. Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp

Khái niệm “trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp” (Corporate Social Responsibility - CSR) được đề xướng từ thế kỷ XIX và tiếp tục được thảo luận bởi nhiều học giả cho đến ngày nay. Có nhiều định nghĩa khác nhau về CSR. Ví dụ, Keith Davis (1973) cho rằng: “Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp là sự quan tâm và phản ứng của doanh nghiệp

với các vấn đề vượt ra ngoài việc thỏa mãn những yêu cầu pháp lý, kinh tế, công nghệ”¹. Trong khi đó, Archie Carroll (1999) cho rằng: “Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp là tất cả các vấn đề kinh tế, pháp lý, đạo đức và những lĩnh vực khác mà xã hội trông đợi ở doanh nghiệp trong mỗi thời điểm nhất định. Theo đó, nó bao gồm trách nhiệm kinh tế, pháp lý, đạo đức và từ thiện”². Matten và

¹) Davis, K (1973), *The Case for and against Business Assumption of Social Responsibilities*, Academy of Management Journal, 16, pp. 312-323.

²) Carroll, A. B (1999), *Corporate Social Responsibility: Evolution of a Definitional Construct*, Business & Society, 38(3), pp. 268-295.

Moon (2004) thì định nghĩa: “*Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp là một khái niệm bao trùm, bao gồm nhiều khái niệm khác như đạo đức kinh doanh, doanh nghiệp làm từ thiện, công dân doanh nghiệp, tính bền vững và trách nhiệm môi trường*”³.

Nhìn từ góc độ khái quát nhất, có thể hiểu CSR là một phương thức kinh doanh mà các doanh nghiệp tự nguyện chấp nhận, theo đó hoạt động của các doanh nghiệp không chỉ nhằm mục tiêu tạo lợi nhuận, mà còn góp phần thúc đẩy các lợi ích chung cho xã hội, môi trường và cộng đồng nơi doanh nghiệp đang kinh doanh. Như vậy, CSR không chỉ là việc doanh nghiệp tiến hành các hoạt động từ thiện, mà bao gồm một loạt các hành động và cam kết để bảo đảm rằng hoạt động kinh doanh của họ có ảnh hưởng tích cực đến xã hội và môi trường.

Trên thế giới hiện nay, CSR đã trở thành một phần không thể thiếu để xây dựng hình ảnh tích cực cho doanh nghiệp, thu hút nhân tài, tạo lòng tin từ khách hàng và cộng đồng, đồng thời đóng vai trò quan trọng trong việc đóng góp vào sự phát triển bền vững của xã hội và môi trường tự nhiên⁴. Chính vì vậy, CSR đã được ghi nhận trong nhiều văn kiện quốc tế, trong đó tiêu biểu là: (i) Hướng dẫn của Tổ chức Hợp tác và phát triển kinh tế (OECD) dành cho doanh nghiệp đa quốc gia (*OECD Guidelines for Multinational Enterprises*); (ii) Hướng dẫn ISO 26000 về Trách nhiệm xã hội (*ISO 26000 Guidance on Social Responsibility*), (iii) Hiệp ước toàn cầu của Liên hợp quốc (*UN Global Compact - UNGC*) và (iv) Các Nguyên tắc hướng dẫn của Liên hợp quốc về Kinh doanh và nhân

quyền (*UN Guiding Principles on Business and Human Rights - UNGP*). Dưới đây khái quát những nội dung chính của 4 Hướng dẫn quốc tế tiêu biểu về CSR:

1.1. Hướng dẫn của OECD dành cho doanh nghiệp đa quốc gia

Hướng dẫn của OECD dành cho doanh nghiệp đa quốc gia là một tài liệu quan trọng nhằm hỗ trợ các công ty đa quốc gia trong việc thực hiện CSR trong quá trình kinh doanh trên thế giới. Tài liệu này giúp các doanh nghiệp đa quốc gia và các doanh nghiệp nói chung hiểu rõ hơn về tầm quan trọng của việc thực hiện CSR trong hoạt động kinh doanh quốc tế, cũng như cách thức thực hiện CSR một cách hiệu quả. Những nội dung chính trong Hướng dẫn này bao gồm⁵:

- Chấp nhận trách nhiệm xã hội: Các doanh nghiệp cần chấp nhận trách nhiệm xã hội, gồm trách nhiệm về nhân quyền trong tất cả các khía cạnh của hoạt động kinh doanh của mình và đối với tất cả các đối tác trong chuỗi cung ứng.

- Tuân thủ luật pháp quốc tế và quốc gia: Các doanh nghiệp cần tuân thủ tất cả những quy định của pháp luật quốc tế và quy định của pháp luật các quốc gia liên quan đến kinh doanh của họ, bao gồm các quy tắc và tiêu chuẩn về môi trường, nhân quyền, lao động và chống tham nhũng.

- Tuân thủ đạo đức kinh doanh: Các doanh nghiệp cần tuân thủ các nguyên tắc và giá trị đạo đức trong các hành vi và quyết định kinh doanh của họ. Điều này có thể bao gồm việc phát triển các chỉ tiêu xã hội và môi trường (ESG) cụ thể cho doanh nghiệp.

³ Moon, J., & Matten, D (2004), *Corporate Social Responsibility Education Europe*, Journal of Business Ethics, 54, pp. 323-337.

⁴ Emmanuel Akanpaadgi (2023), *Corporate Social Responsibility and Business Practices*, Journal of Human Resource and Sustainability Studies, Vol. 11 No. 1.

⁵ OECD (2021), *Xây dựng chuỗi giá trị toàn cầu có khả năng phục hồi và bền vững hơn thông qua hành vi kinh doanh có trách nhiệm*, <https://mneguidelines.oecd.org/rbc-and-trade.htm>.

- Trách nhiệm trong chuỗi cung ứng: Các doanh nghiệp cần thúc đẩy việc tuân thủ các nguyên tắc CSR trong chuỗi cung ứng của mình và cần hỗ trợ các nhà cung cấp và đối tác trong việc cải thiện hiệu suất xã hội và môi trường trong hoạt động kinh doanh của họ.

- Minh bạch và báo cáo: Các doanh nghiệp đa quốc gia cần báo cáo về các hoạt động của mình một cách minh bạch và đầy đủ để cho phép cổ đông và các bên liên quan đánh giá CSR của họ.

1.2. Hướng dẫn ISO 26000 về Trách nhiệm xã hội

Hướng dẫn ISO 26000 là một tài liệu quan trọng về CSR được xây dựng bởi Tổ chức Tiêu chuẩn hóa quốc tế (ISO). Tài liệu bao gồm các định nghĩa, quy định về nền tảng, nguyên tắc và bảy chủ đề cốt lõi về CSR đó là: quản trị tổ chức, nhân quyền, thực hành lao động, môi trường, điều hành công bằng, quyền của người tiêu dùng và phát triển cộng đồng. Dưới đây là các nội dung chính trong Hướng dẫn ISO 26000⁶:

- Phạm vi và nguyên tắc: ISO 26000 xác định phạm vi của CSR và đề xuất một loạt nguyên tắc để hướng dẫn các doanh nghiệp và tổ chức tuân thủ CSR. Các nguyên tắc này bao gồm trách nhiệm, khả năng đối với tác động xã hội, đạo đức, trong sạch, tuân thủ luật pháp, minh bạch, tạo giá trị cho xã hội và môi trường.

- Các bên liên quan: ISO 26000 nhấn mạnh sự quan tâm đối với các bên liên quan, bao gồm cổ đông, nhân viên, khách hàng, cộng đồng và môi trường tự nhiên, trên cơ sở đó khuyến khích các doanh nghiệp tương tác với các bên liên quan để đáp ứng nhu cầu và kỳ vọng của họ.

- Chuỗi cung ứng: ISO 26000 thúc đẩy việc quản lý trách nhiệm xã hội trong chuỗi cung ứng. Doanh nghiệp cần bảo đảm rằng các nhà cung cấp và đối tác của họ cũng tuân thủ các tiêu chuẩn xã hội và môi trường.

- Báo cáo và minh bạch: ISO 26000 khuyến khích việc công khai các hoạt động nhằm tạo sự minh bạch trong việc đánh giá CSR của doanh nghiệp.

- Công cụ hỗ trợ: ISO 26000 không nêu ra các yêu cầu bắt buộc, thay vào đó nêu những nguyên tắc cơ bản để các doanh nghiệp và tổ chức có thể tuân thủ. Văn kiện cũng cung cấp các ý kiến tư vấn để giúp tổ chức thực hiện CSR một cách hiệu quả và linh hoạt.

1.3. Hiệp ước toàn cầu của Liên hợp quốc⁷

Hiệp ước là một sáng kiến chính sách toàn cầu do Liên hợp quốc chủ trì xây dựng, nhằm thúc đẩy CSR của các doanh nghiệp, qua đó góp phần thực hiện các mục tiêu phát triển bền vững. Văn kiện này bao gồm mười nguyên tắc chung cho hoạt động của doanh nghiệp gắn với CSR mà được xây dựng dựa trên các công ước quốc tế trong bốn lĩnh vực: nhân quyền, lao động, môi trường và chống tham nhũng. Mười nguyên tắc đó bao gồm⁸: (1) Hỗ trợ và tôn trọng bảo vệ các quyền con người mà đã được cộng đồng quốc tế công nhận; (2) Bảo đảm rằng các hoạt động kinh doanh không dính líu đến việc vi phạm nhân quyền; (3) Tán thành quyền tự do lập hội và thực sự công nhận quyền thương lượng tập thể của người lao động; (4) Xoá bỏ tất cả các hình thức lao động cưỡng bức và bắt buộc; (5) Xoá bỏ việc sử dụng lao động trẻ em; (6) Xoá bỏ sự phân biệt đối xử trong tuyển dụng và việc làm; (7) Áp dụng phương pháp phòng

⁶) ISO 26000, *Guidance on Social Responsibility*, <https://www.iso.org/iso-26000-social-responsibility.html>.

⁷) <https://unglobalcompact.org/>.

⁸) United Nations Global Compact, *The Ten Principles of the UN Global Compact*, <https://unglobalcompact.org/what-is-gc/mission/principles>.

ngừa đối với các thách thức từ môi trường; (8) Thực hiện các hoạt động có trách nhiệm với môi trường; (9) Khuyến khích phát triển và phổ biến các công nghệ thân thiện với môi trường; (10) Chống tham nhũng dưới mọi hình thức, bao gồm đòi hỏi lộ và đưa hối lộ.

1.4. Nguyên tắc hướng dẫn của Liên hợp quốc về Kinh doanh và nhân quyền

Văn kiện này thể chế hoá quan điểm của Liên hợp quốc về cách thức mà các chính phủ và doanh nghiệp cần hành động trong vấn đề nhân quyền. Tài liệu này được công bố vào năm 2011 và nhanh chóng được chấp nhận rộng rãi, như là một bước tiến quan trọng trong việc xác định và thúc đẩy trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp đối với quyền con người. Những nội dung chính của văn kiện bao gồm⁹:

- Bất kỳ doanh nghiệp nào cũng có nghĩa vụ tôn trọng quyền con người. Nguyên tắc này xác định không chỉ Chính phủ, mà cả doanh nghiệp cũng phải bảo đảm không vi phạm quyền con người trong quá trình kinh doanh.

- Nhà nước có trách nhiệm bảo vệ và thúc đẩy quyền con người. Mặc dù doanh nghiệp có trách nhiệm tôn trọng nhân quyền, Nhà nước vẫn phải bảo đảm rằng doanh nghiệp tuân thủ các quy tắc và luật pháp về nhân quyền.

- Doanh nghiệp cần thực hiện tiêu chuẩn kinh doanh và nhân quyền, bao gồm việc xác định, ngăn chặn và giảm thiểu tác động tiêu cực đối với quyền con người mà họ có thể gây ra thông qua hoạt động kinh doanh.

- Có cơ chế bồi thường cho những người bị ảnh hưởng về nhân quyền do hoạt động kinh doanh. Khi có vi phạm quyền con người

do hoạt động kinh doanh của họ gây ra, doanh nghiệp cần phải bồi thường cho những người bị ảnh hưởng.

- Tăng cường sự minh bạch và trách nhiệm. Doanh nghiệp cần công khai thông tin về tình hình thực hiện các tiêu chuẩn kinh doanh và nhân quyền, phải chịu trách nhiệm về những hậu quả của các vi phạm.

Như vậy, có thể thấy mục đích của cả bốn Hướng dẫn quốc tế nêu trên là thiết lập một nền tảng quốc tế chung cho việc ứng xử kinh doanh có trách nhiệm của các doanh nghiệp. Từ góc độ nội dung, cả bốn Hướng dẫn đều đề cập những chủ đề đó là: Quyền con người; người lao động; môi trường; các vấn đề kinh tế và kinh doanh; vấn đề bảo vệ người tiêu dùng; phát triển cộng đồng. Mặc dù vậy, ngoài những nội dung chung, các Hướng dẫn cũng có cách tiếp cận và những nội dung đặc thù, bổ sung cho nhau. Điều này tạo cơ hội cho các doanh nghiệp lựa chọn áp dụng các nguyên tắc phù hợp nhất với hoạt động của mình.

2. Thực hành kinh doanh có trách nhiệm

Khái niệm “Thực hành kinh doanh có trách nhiệm” (*Responsible Business Practices -RBP*) mới chỉ xuất hiện trong thời gian gần đây. Theo OECD, RBP có nghĩa là “đóng góp tích cực cho sự tiến bộ về kinh tế, môi trường và xã hội của các quốc gia mà doanh nghiệp đang hoạt động, phòng tránh và giải quyết những tác động tiêu cực của các hoạt động kinh doanh, bao gồm cả trong chuỗi cung ứng”¹⁰. Từ một góc nhìn khác, khái niệm RBP được hiểu là “việc thực hành các hoạt động kinh doanh trên cơ sở tuân thủ pháp luật và thực hiện các biện pháp đánh

⁹ OHCHR, *Guiding Principles on Business and Human Rights: Implementing the United Nations 'Protect, Respect and Remedy' Framework*, https://www.ohchr.org/sites/default/files/documents/publications/guidingprinciplesbusinesshr_en.pdf.

¹⁰ OECD, *Responsible Business Conduct and the sustainable development goals*, <https://mneguidelines.oecd.org/RBC-and-the-sustainable-development-goals.pdf>.

giá rủi ro đối với các yếu tố con người, xã hội và môi trường, đồng thời giải quyết các nguy cơ tiềm ẩn bằng việc phòng ngừa, giảm thiểu hoặc tiến hành biện pháp khắc phục thích hợp khi xảy ra vi phạm các tiêu chuẩn liên quan”¹¹.

Như vậy, về bản chất khái niệm “thực hành kinh doanh có trách nhiệm” đồng nhất với khái niệm “trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp”, vì vậy, đôi khi hai khái niệm này được dùng lẫn cho nhau¹². Khác biệt chủ yếu giữa hai khái niệm này đó là, nếu như CSR được hiểu là mang tính khuyến khích thì RBP được hiểu là mang tính bắt buộc¹³.

Trong thời gian qua, Liên hợp quốc và nhiều tổ chức quốc tế khác như Tổ chức Lao động quốc tế (ILO) và OECD đã tích cực tham gia vào việc thúc đẩy xây dựng một văn kiện có tính ràng buộc pháp lý về RBP nhưng chưa thành công¹⁴. Bốn Hướng dẫn quốc tế tiêu biểu về CSR đề cập ở mục trên thể hiện rõ nỗ lực đó của các tổ chức quốc tế trong lĩnh vực này. Dù vậy, những nguyên tắc và tiêu chuẩn trong các bản Hướng dẫn đó hiện đang được xem là nội dung nền tảng của RBP.

Mặc dù cho đến nay chưa có một công cụ pháp lý quốc tế có tính ràng buộc các quốc

gia về RBP, song ngày càng có nhiều ý kiến nhất trí về sự cần thiết phải có một điều ước quốc tế về vấn đề này. Động lực gần đây nhất cho việc xây dựng một điều ước quốc tế như vậy là việc Ủy ban châu Âu công bố dự thảo *Chi thị về sự cẩn trọng (due diligence)* của doanh nghiệp về phát triển bền vững vào tháng 02/2022¹⁵. Chi thị này được xây dựng dựa trên các đạo luật về sự cẩn trọng về quyền con người (HRDD) tại một số quốc gia châu Âu (Pháp, Đức, Na Uy, Hà Lan và Thụy Sĩ)¹⁶.

Trong thực tế, vấn đề RBP đã được lồng ghép vào nội dung của nhiều hiệp định song phương và khu vực về đầu tư, thương mại quốc tế. Liên hợp quốc xem RBP là một nội dung quan trọng trong hoạt động của mình trên toàn thế giới, vì thế đã nỗ lực thúc đẩy việc thực hiện các Nguyên tắc hướng dẫn của mình về Kinh doanh và nhân quyền (UNGP) thông qua việc hỗ trợ các quốc gia xây dựng Kế hoạch hành động quốc gia (NAP). Dựa trên sự hỗ trợ của Liên hợp quốc, nhiều nước đã xây dựng NAP nhằm tạo lập công cụ chính sách để thúc đẩy việc thực hiện RBP¹⁷. Tính từ khi UNGP được thông qua đến năm 2021, đã có khoảng 30 quốc gia đã xây dựng NAP, 21 quốc gia cũng đang trong quá trình xây dựng và 10 quốc gia khác đã dự kiến

¹¹) UNGP, Nguyên tắc 11, Nguyên tắc nền tảng A.

¹²) Cambridge TECHNICALS LEVEL 3, BUSINESS, *Unit 17: Responsible business practices*, <https://www.ocr.org.uk/Images/505852-responsible-business-practices.pdf>; Annmarie Ryan, Lisa O'Malley, Michele o'dwyer (2010), *Responsible Business Practice: Re-Framing CSR for Effective SME Engagement*, European J. International Management, Vol. X, No. Y, XXXX.

¹³) UNDP Việt Nam, *Tham vấn Chương trình hành động quốc gia về thực hành kinh doanh có trách nhiệm*, ngày 13/12/2022, <https://www.undp.org/vi/vietnam/press-releases/tham-van-chuong-trinh-hanh-dong-quoc-gia-ve-thuc-hanh-kinh-doanh-co-trach-nhiem>.

¹⁴) Xem thêm: Surya Deva, 'The UN Guiding Principles on Business and Human Rights and Its Predecessors: Progress at a Snail's Pace?' in Ilias Bantekas and Michael Ashley Stein (eds.), *Cambridge Companion to Business and Human Rights Law* (Cambridge: Cambridge University Press, 2021), pp. 145-173.

¹⁵) Xem: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_22_1145.

¹⁶) <https://www.business-humanrights.org/en/big-issues/mandatory-due-diligence/national-regional-developments-on-mhrdd/>.

¹⁷) Nguyễn, M., Bensemman, J. và Kelly, S. (2018), *Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp tại Việt Nam: Khung khái niệm*, Tạp chí quốc tế về Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp, <https://doi.org/10.1186/s40991-018-0032-5>, truy cập ngày 31/8/2020.

xây dựng¹⁸. Tại châu Á, các nước như Thái Lan, Pakistan, Nhật Bản, Hàn Quốc đã có NAP, trong khi Ấn Độ, Indonesia, Malaysia và Mông Cổ đang trong quá trình xây dựng Kế hoạch này¹⁹. Ngoài ra, còn một số nước đã lồng ghép vấn đề RBP vào một số chương trình hành động khác, ví dụ như Trung Quốc.

3. Giải pháp thúc đẩy thực hành kinh doanh có trách nhiệm ở Việt Nam

Thúc đẩy RBP có ý nghĩa cả trước mắt và lâu dài với Việt Nam. Chỉ khi có văn hóa kinh doanh tốt thì các doanh nghiệp mới tồn tại và phát triển, nền kinh tế của đất nước mới vững mạnh. Văn hóa kinh doanh như là một giá trị dẫn đường cho doanh nghiệp, có tầm quan trọng thậm chí còn cao hơn các yếu tố khác như nguồn vốn, kỹ thuật, công nghệ hay nhân lực. RBP tuy không phải là tất cả, song bao chứa nội hàm cốt lõi của văn hóa kinh doanh, được đúc rút từ những giá trị phổ quát của giới doanh nghiệp trên toàn thế giới, vì thế là “bào bối” cho doanh nghiệp tồn tại, phát triển ở mọi môi trường và cấp độ.

Trước mắt, thúc đẩy RBP sẽ góp phần: (i) nâng cao năng lực cạnh tranh, uy tín của doanh nghiệp và cả quốc gia; (ii) giảm thiểu các rủi ro, nhất là rủi ro pháp lý cho doanh nghiệp cũng như quốc gia trong bối cảnh hội nhập quốc tế sâu rộng; (iii) tạo lập sự nhất quán, đồng bộ trong hệ thống chính sách, pháp luật liên quan đến doanh nghiệp²⁰. Thúc đẩy RBP sẽ góp phần trực tiếp vào việc thực hiện nhiều điều ước và cam kết quốc tế của Việt Nam. Việt Nam đã phê chuẩn nhiều điều

ước quốc tế quan trọng gắn với RBP, trong đó có những điều ước quốc tế về quyền con người của Liên hợp quốc, nhiều điều ước quốc tế về lao động của ILO... Việt Nam cũng đã tham gia nhiều hiệp định thương mại tự do thế hệ mới như Hiệp định Đối tác toàn diện và tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP), Hiệp định Thương mại tự do giữa Việt Nam - Liên minh châu Âu (EVFTA)... Các công ước, hiệp định này đều đòi hỏi các nước thành viên, trong đó có Việt Nam, nỗ lực khuyến khích, yêu cầu các doanh nghiệp thực hiện RBP. Bên cạnh đó, Việt Nam đã cam kết và đang nỗ lực thực hiện các Mục tiêu phát triển bền vững (SDG) của Liên hợp quốc⁹, trong đó có những mục tiêu có liên quan trực tiếp đến RBP như: Bảo đảm sản xuất và tiêu dùng bền vững; bảo vệ và phát triển rừng bền vững, bảo tồn đa dạng sinh học, phát triển dịch vụ hệ sinh thái, chống sa mạc hóa, ngăn chặn suy thoái và phục hồi tài nguyên đất¹⁰... Như vậy, thúc đẩy RBP cũng chính là góp phần thực hiện các điều ước, hiệp định quốc tế đã nêu và Mục tiêu phát triển bền vững (SDG) của Liên hợp quốc ở Việt Nam.

Trong bối cảnh trên, Văn kiện Đại hội lần thứ XIII của Đảng đã đặt ra yêu cầu về “*Thực hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp*”, “*xây dựng văn hóa doanh nghiệp, doanh nhân và kinh doanh*”; “*khuyến khích doanh nhân thực hiện trách nhiệm xã hội và tham gia phát triển xã hội*”, và “*khuyến khích làm giàu theo pháp luật... gắn với nâng cao trách nhiệm xã hội*”²¹. Ngày 30/8/2021, Chính phủ

¹⁸) <https://globalnaps.org/> và <https://www.ohchr.org/en/special-procedures/wg-business/national-action-plans-business-and-human-rights>.

¹⁹) <https://globalnaps.org/> và <https://www.ohchr.org/en/special-procedures/wg-business/national-action-plans-business-and-human-rights>.

²⁰) UNDP Việt Nam, *Tham vấn Chương trình hành động quốc gia về thực hành kinh doanh có trách nhiệm*, ngày 13/12/2022, <https://www.undp.org/vi/vietnam/press-releases/tham-van-chuong-trinh-hanh-dong-quoc-gia-ve-thuc-hanh-kinh-doanh-co-trach-nhiem>.

²¹) Đảng Cộng sản Việt Nam (2021), *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII*, Tập I, Nxb. Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội, tr. 134, 144, 168, 265.

đã thông qua Nghị quyết số 99/NQ-CP ban hành Chương trình hành động của Chính phủ nhiệm kỳ 2021 - 2026 thực hiện Nghị quyết của Quốc hội về Kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội 5 năm 2021 - 2025, trong đó giao Bộ Tư pháp xây dựng “*Đề án ban hành Chương trình hành động quốc gia hoàn thiện chính sách và pháp luật nhằm thúc đẩy thực hành kinh doanh có trách nhiệm tại Việt Nam*” để trình Thủ tướng Chính phủ trong năm 2023²². Nhiệm vụ này được nhắc lại tại Nghị quyết số 01/NQ-CP ngày 06/01/2023 của Chính phủ về nhiệm vụ, giải pháp chủ yếu thực hiện kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội, dự toán ngân sách nhà nước và cải thiện môi trường kinh doanh, nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia năm 2023²³.

Triển khai thực hiện các Nghị quyết nêu trên, Bộ Tư pháp đã chủ động phối hợp với các Bộ, ngành, địa phương, với sự hỗ trợ của Chương trình Phát triển Liên hợp quốc (UNDP) và Đại sứ quán Vương quốc Thụy Điển tại Việt Nam, tiến hành nhiều hoạt động nghiên cứu, rà soát, hội thảo tham vấn để xây dựng dự thảo Đề án. Đồng thời, Chính phủ đã ban hành Chương trình hành động quốc gia hoàn thiện chính sách và pháp luật nhằm thúc đẩy thực hành kinh doanh có trách nhiệm tại Việt Nam giai đoạn 2023 - 2027, tập trung vào các định hướng lớn, gắn với các nhiệm vụ, giải pháp cụ thể để triển khai, bao gồm: Nâng cao nhận thức, năng lực về thực hành kinh doanh có trách nhiệm cho các cơ quan nhà nước, các doanh nghiệp và xã hội; hoàn thiện chính sách, pháp luật về thực hành kinh doanh có trách nhiệm; và thúc đẩy hiệu quả, chất lượng của công tác tổ chức thi hành chính sách, pháp luật liên quan²⁴.

Việc xây dựng Chương trình hành động kể trên thể hiện sự nhạy bén và quyết tâm của Nhà nước Việt Nam trong việc thúc đẩy RBP phù hợp với xu thế quốc tế. Tuy nhiên, để thúc đẩy RBP ở Việt Nam, điều kiện đủ là việc triển khai thực hiện Chương trình một cách hiệu quả. Điều này đòi hỏi phải làm tốt công tác tuyên truyền, phổ biến, giáo dục pháp luật nhằm nâng cao nhận thức, tăng cường năng lực cho các cơ quan, tổ chức có liên quan và doanh nghiệp, người dân về chính sách, pháp luật liên quan đến thực hành kinh doanh có trách nhiệm. Không chỉ vậy, cũng cần nâng cao năng lực cho đội ngũ luật sư, trợ giúp viên pháp lý và tư vấn viên tại các trung tâm tư vấn pháp luật của các tổ chức xã hội, tổ chức chính trị xã hội trong các hoạt động liên quan đến RBP.

Bên cạnh đó, việc hoàn thiện khung khổ pháp luật liên quan đến RBP đòi hỏi những nỗ lực lớn của nhiều cơ quan nhà nước, bởi đây là vấn đề rộng lớn, phức tạp. Trong vấn đề này, cần rà soát, sửa đổi, bổ sung nhiều văn bản quy phạm pháp luật trên nhiều lĩnh vực, trong đó cần đặc biệt chú ý đến các lĩnh vực như đầu tư (nhằm ưu tiên, khuyến khích các doanh nghiệp thực hành kinh doanh có trách nhiệm trong hoạt động mua sắm công); lao động (nhằm thúc đẩy và bảo vệ quyền lao động, phúc lợi, tuyển dụng, sử dụng, quản lý lao động và an sinh xã hội để tuân thủ các tiêu chuẩn quốc tế về lao động); môi trường (nhằm thúc đẩy các doanh nghiệp tuân thủ các quy định pháp luật về bảo vệ môi trường, bồi thường thiệt hại trong những trường hợp doanh nghiệp gây ô nhiễm môi trường...); bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (nhằm phát triển các cơ chế đối thoại, trọng tài và hòa giải để bảo vệ người tiêu dùng)σ

²²) Mục 70 Phụ lục III Danh mục các Chương trình, Đề án kèm theo Chương trình hành động của Chính phủ.

²³) Mục 25 Phụ lục V Nghị quyết số 01/NQ-CP ngày 06/01/2023.

²⁴) UNDP Việt Nam, *Tham vấn Chương trình hành động quốc gia về thực hành kinh doanh có trách nhiệm*, ngày 13/12/2022, <https://www.undp.org/vi/vietnam/press-releases/tham-van-chuong-trinh-hanh-dong-quoc-gia-ve-thuc-hanh-kinh-doanh-co-trach-nhiem>.