

**HỌC VIỆN CÔNG NGHỆ BƯU CHÍNH VIỄN THÔNG**

-----



**Đào Thị Thu Hà**

**THỰC HIỆN TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI TẠI  
VIỄN THÔNG HẢI DƯƠNG**

**LUẬN VĂN THẠC SĨ QUẢN TRỊ KINH DOANH**

**(Theo định hướng ứng dụng)**

**HÀ NỘI - 2022**

**HỌC VIỆN CÔNG NGHỆ BƯU CHÍNH VIỄN THÔNG**

-----



**Đào Thị Thu Hà**

**THỰC HIỆN TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI TẠI  
VIỄN THÔNG HẢI DƯƠNG**

CHUYÊN NGÀNH : QUẢN TRỊ KINH DOANH

MÃ SỐ: 8.34.01.01

**LUẬN VĂN THẠC SĨ QUẢN TRỊ KINH DOANH**

**(Theo định hướng ứng dụng)**

**NGƯỜI HƯỚNG DẪN KHOA HỌC**

**GS.TS. BÙI XUÂN PHONG**

**HÀ NỘI - 2022**

## LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan luận văn thạc sĩ *“Thực hiện trách nhiệm xã hội tại Viễn thông Hải Dương”* là công trình nghiên cứu của tôi. Các thông tin và số liệu sử dụng trong luận văn là trung thực, được chỉ rõ nguồn trích dẫn. Các kết quả này chưa từng được công bố trong bất kỳ nghiên cứu nào khác.

*Hà Nội, tháng 7 năm 2022*

**Tác giả**

**Đào Thị Thu Hà**

## LỜI CẢM ƠN

Lời đầu tiên, cho tôi xin được gửi lời cảm ơn sâu sắc đến **GS.TS Bùi Xuân Phong** là người trực tiếp hướng dẫn, chỉ bảo cho tôi trong quá trình nghiên cứu thực hiện luận văn này. Nếu không có sự chỉ bảo, hướng dẫn nhiệt tình, những lời động viên khích lệ và những tài liệu phục vụ nghiên cứu của Thầy thì luận văn này không thể hoàn thành.

Tôi xin gửi lời cảm ơn đến các thầy giáo, cô giáo của Học viện công nghệ Bưu chính Viễn thông đã tạo mọi điều kiện thuận lợi cho tôi trong suốt quá trình học tập và nghiên cứu.

Tôi cũng xin trân trọng cảm ơn Ban Lãnh đạo và các đồng nghiệp tại Viễn thông Hải Dương đã sẵn sàng giúp đỡ tôi trong quá trình thực đề tài.

Cuối cùng, tôi muốn dành lời cảm ơn đến gia đình, người thân và bạn bè đã hết lòng ủng hộ và tạo điều kiện cho tôi trong quá trình học tập và nghiên cứu, để tôi có niềm tin thực hiện ước mơ của mình.

Tôi xin chân thành cảm ơn!

## MỤC LỤC

LỜI CAM ĐOAN .....	i
LỜI CẢM ƠN .....	ii
DANH MỤC CÁC KÝ HIỆU, CÁC CHỮ VIẾT TẮT.....	vi
DANH MỤC BẢNG.....	vii
DANH MỤC SƠ ĐỒ, HÌNH ẢNH .....	viii
MỞ ĐẦU .....	1
CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI CỦA DOANH NGHIỆP .....	9
1.1. Tổng quan về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp.....	9
1.1.1. Văn hóa kinh doanh.....	9
1.1.2. Đạo đức kinh doanh .....	10
1.1.3. Trách nhiệm xã hội.....	11
1.1.4. Mối quan hệ giữa đạo đức kinh doanh, văn hóa doanh nghiệp, trách nhiệm xã hội.....	15
1.2. Nội dung trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp .....	16
1.2.1. Nghĩa vụ kinh tế .....	17
1.2.2. Nghĩa vụ pháp lý .....	18
1.2.3. Nghĩa vụ đạo đức .....	19
1.2.4. Nghĩa vụ nhân văn.....	20
1.3. Các nhân tố ảnh hưởng tới trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp.....	21
1.3.1. Các nhân tố bên trong doanh nghiệp.....	21
1.3.2. Các nhân tố bên ngoài doanh nghiệp.....	22
1.4. Các công cụ đánh giá trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp.....	25
1.4.1. Bộ quy tắc ứng xử BSCI.....	26
1.4.2. Tiêu chuẩn ISO2600.....	29
1.4.3. Tiêu chuẩn SA8000.....	29
1.4.4. Thỏa ước toàn cầu của Liên Hợp Quốc (UNGC).....	30

CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG THỰC HIỆN TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI TẠI VIỄN THÔNG HẢI DƯƠNG .....	32
2.1. Tổng quan về Viễn thông Hải Dương .....	32
2.1.1. Chức năng và nhiệm vụ của Viễn thông Hải Dương .....	32
2.1.2. Cơ cấu tổ chức của Viễn thông Hải Dương .....	33
2.1.3. Quá trình phát triển và những thành tựu của Viễn thông Hải Dương .....	35
2.2. Thực trạng thực hiện trách nhiệm xã hội tại Viễn thông Hải Dương ...	38
2.2.1. Nghĩa vụ kinh tế .....	38
2.2.2. Nghĩa vụ pháp lý .....	52
2.2.3. Nghĩa vụ đạo đức .....	57
2.2.4. Nghĩa vụ nhân văn.....	61
2.2.5. Điều tra khảo sát thực hiện trách nhiệm xã hội tại Viễn thông Hải Dương .....	62
2.3. Đánh giá chung về thực hiện trách nhiệm xã hội tại Viễn thông Hải Dương .....	69
2.3.1. Những kết quả đạt được .....	69
2.3.2. Những tồn tại và nguyên nhân.....	71
CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP TĂNG CƯỜNG THỰC HIỆN TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI TẠI VIỄN THÔNG HẢI DƯƠNG.....	74
3.1. Phương hướng hoạt động của Viễn thông Hải Dương.....	74
3.1.1. Mục tiêu trọng tâm .....	74
3.1.2. Giải pháp trọng tâm .....	74
3.2. Một số giải pháp tăng cường thực hiện trách nhiệm xã hội của Viễn thông Hải Dương.....	76
3.2.1. Nâng cao nhận thức về trách nhiệm xã hội.....	76
3.2.2. Thực hiện chiến lược phát triển bền vững dựa trên nền tảng văn hóa kinh doanh và trách nhiệm xã hội.....	77
3.2.3. Điều chỉnh chỉ tiêu BSC/KPI và xây dựng hệ thống đánh giá .....	79

3.2.4. Quan tâm, bảo đảm thời giờ làm việc, thời giờ nghỉ ngơi cho người lao động.....	81
3.2.5. Xây dựng, triển khai cơ chế phối hợp giữa khối kỹ thuật và kinh doanh .....	82
3.2.6. Một số giải pháp khác .....	83
3.2.7. Kiến nghị với Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam.....	83
KẾT LUẬN.....	85
DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO .....	88
PHỤ LỤC 1: MẪU PHIẾU KHẢO SÁT HOẠT ĐỘNG TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI TẠI VIỄN THÔNG HẢI DƯƠNG.....	91

## DANH MỤC CÁC KÝ HIỆU, CÁC CHỮ VIẾT TẮT

<b>Từ viết tắt</b>	<b>Giải nghĩa</b>
BHBB	Bảo hiểm bắt buộc (Bao gồm: Bảo hiểm xã hội-BHXH, Bảo hiểm y tế-BHYT, Bảo hiểm thất nghiệp-BHTN)
BSC	Balanced ScoreCard – Thẻ điểm cân bằng
CBCNV	Cán bộ công nhân viên
HDLĐ	Hợp đồng lao động
KPCĐ	Kinh phí công đoàn
KPI	Key Performance Indicator – Chỉ tiêu đánh giá hiệu quả trọng yếu
NSNN	Ngân sách nhà nước
OKR	Objective and Key Result – Quản trị theo mục tiêu và kết quả chính
Tập đoàn/VNPT	Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam
TNXH	Trách nhiệm xã hội



## **DANH MỤC BẢNG**

Bảng 2.1: Kết quả hoạt động của Viễn thông Hải Dương giai đoạn 2018-2021 .....	38
Bảng 2.2: Cơ cấu tiền lương theo nhóm của Viễn thông Hải Dương .....	39
Bảng 2.3: Bảng giao chỉ tiêu KPI đối với lao động khối quản lý .....	41
Bảng 2.4: Thu nhập bình quân người lao động giai đoạn 2018-2021 .....	43
Bảng 2.5: Một số khoản phụ cấp cho lao động trực tiếp sản xuất giai đoạn 2018-2021 .....	45
Bảng 2.6: Số lượt lao động tham gia các chương trình đào tạo và kinh phí đào tạo giai đoạn 2018-2021 .....	49
Bảng 2.7: Các khoản chi BHBB, KPCĐ giai đoạn 2018-2021 .....	53
Bảng 2.8: Các khoản chi Bảo hộ lao động giai đoạn 2018-2021 .....	55
Biểu 2.9: Một số chỉ tiêu chất lượng tại Viễn thông Hải Dương .....	60
Bảng 2.10: Tổng hợp kết quả phần thông tin tham khảo (câu 1 đến câu 4) .....	64
Bảng 2.11: Tổng hợp kết quả thuộc phần thông tin tham khảo (câu 5) .....	65

## **DANH MỤC SƠ ĐỒ, HÌNH ẢNH**

Sơ đồ 2.1: Mối quan hệ giữa đạo đức kinh doanh – văn hóa doanh nghiệp – trách nhiệm xã hội .....	15
Hình 1.1: Tháp TNXH của doanh nghiệp .....	16
Sơ đồ 2.2: Sơ đồ tổ chức Viễn thông Hải Dương .....	34
Hình 2.1: Các loại Hợp đồng lao động tại Viễn thông Hải Dương.....	56
Hình 2.2: Phân loại theo giới tính .....	63
Hình 2.3: Phân loại theo thâm niên.....	63
Hình 2.4: Phân loại theo trình độ .....	63
Hình 2.5: Phân loại theo vị trí công việc.....	63

## MỞ ĐẦU

### 1. Lý do chọn đề tài

Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp là một vấn đề thời đại đối với tất cả các công ty và doanh nghiệp trên thế giới. Trên thực tế, đã có những ví dụ điển hình như Tập đoàn Nike bị tẩy chay vì điều kiện lao động kém ở Đông và Đông Nam Á, GAP bị tấn công vì sử dụng lao động trẻ em hoặc xả trực tiếp hóa chất, chất thải chưa qua xử lý ra sông Thị Vải của Vedan Việt Nam, Formosa Plastics Hejing công ty xả thải bần, chất thải độc hại, gây nguy hại đến biển miền Trung ... Tất cả những hành động này có thể gây tổn hại đến uy tín của công ty.

Trách nhiệm xã hội rất phổ biến trong cộng đồng doanh nghiệp toàn cầu và được công nhận là một yếu tố quan trọng trong sự phát triển của doanh nghiệp và xã hội. Tuy nhiên, tại Việt Nam, nhiều công ty vẫn chưa nhìn thấy cơ hội và lợi ích của việc thực hiện trách nhiệm xã hội. Thực hiện trách nhiệm xã hội thường được coi là hành động giải quyết các vấn đề xã hội vì mục đích từ thiện và nhân đạo. Và trách nhiệm xã hội thường được hiểu là cách một doanh nghiệp đạt được sự cân bằng hoặc kết hợp các yêu cầu kinh tế, môi trường và xã hội trong khi vẫn đáp ứng được kỳ vọng của đối tác, cổ đông, nhân viên và khách hàng. Cách doanh nghiệp tương tác với nhân viên, khách hàng, nhà cung cấp, chính phủ, tổ chức phi chính phủ, tổ chức quốc tế và các đối tác khác từ lâu đã được coi là đặc điểm chính của khái niệm này. Khái niệm trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp. Đặc biệt trong thời kỳ hội nhập kinh tế quốc tế, Việt Nam đã phê chuẩn Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP) đã mang lại cho Việt Nam nhiều cơ hội, đồng thời cũng có nhiều cơ hội và thách thức. Khi lợi thế về lao động giá rẻ hay tài nguyên thiên nhiên không còn là của riêng Việt Nam, các doanh nghiệp tham gia vào thị trường toàn cầu và khu vực cần phải đẩy mạnh và tìm kiếm những năng lực mới. Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp sẽ là công cụ hữu hiệu giúp các công ty Việt Nam nâng cao năng lực cạnh tranh và tham gia sâu rộng vào các thị trường này.

Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam (Tập đoàn) là công ty trách nhiệm hữu hạn 100% vốn nhà nước và là doanh nghiệp cung cấp dịch vụ đầu tiên đặt nền móng cho sự phát triển của ngành bưu chính. Đóng vai trò quan trọng trong việc đưa Việt Nam trở thành một trong 10 quốc gia có tốc độ phát triển bưu chính viễn thông nhanh nhất thế giới.

Viễn thông Hải Dương trực thuộc Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam, có nhiệm vụ cung cấp và phục vụ các dịch vụ viễn thông - công nghệ thông tin, góp phần quan trọng đảm bảo thông tin liên lạc thông suốt, phục vụ hoạt động sản xuất kinh doanh và quản lý hành chính của chính quyền các cấp trong tỉnh Hải Dương. Kinh doanh dịch vụ viễn thông - công nghệ thông tin, hoạt động trong lĩnh vực lắp đặt và cung cấp đòi hỏi đơn vị phải đảm bảo thực hiện các yêu cầu về an toàn, môi trường làm việc và điều kiện của người lao động. Vì vậy, có thể nói, hoạt động sản xuất và vận hành của Viễn thông Hải Dương liên quan mật thiết đến nhiều bên liên quan như khách hàng, nhà cung cấp, nhân viên, chính quyền địa phương, cộng đồng xã hội, môi trường. Điều này cho thấy, chỉ có làm tốt trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp, Viễn thông Hải Dương mới có thể hoàn thành tốt các nhiệm vụ được Tập đoàn giao phó, đây cũng là con đường để đơn vị ngày càng lớn mạnh và phát triển bền vững trong tương lai. Đồng thời, đơn vị cũng chưa triển khai nghiên cứu việc thực hiện trách nhiệm xã hội.

Vì những lý do trên, việc lựa chọn đề tài ***“Thực hiện trách nhiệm xã hội tại Viễn thông Hải Dương”*** là cần thiết và có ý nghĩa thực tiễn cao.

## **2. Tổng quan về vấn đề nghiên cứu**

Từ thế kỷ trước, vấn đề trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp đã là mối quan tâm của thế giới. Nghiên cứu về vấn đề này chủ yếu tập trung ở các nước phát triển như Hoa Kỳ và một số nước Châu Âu. Ban đầu, một số tổ chức phi chính phủ có ảnh hưởng lớn đã đưa ra hình thức các quy tắc ứng xử chung đề cập đến nhân quyền, các tiêu chuẩn xã hội và môi trường và buộc các doanh nghiệp phải thực thi chúng. Sau đó, IGOs đã phát triển các nguyên tắc chung ở cấp độ quốc tế. Trên cơ sở này, nhiều công ty đa quốc gia đã đưa ra quy tắc ứng xử của riêng mình. Như

vậy, trách nhiệm xã hội đã là một khái niệm phổ biến trong nghiên cứu và thực hành quản trị ở các nước phát triển trong vài thập kỷ qua.

Tại Việt Nam, TNXH vẫn còn là một khái niệm khá mới mẻ, được du nhập vào Việt Nam thông qua các tổ chức quốc tế và các tập đoàn đa quốc gia thực hiện các hoạt động đầu tư gián tiếp hoặc trực tiếp tại Việt Nam. Trong những năm gần đây, trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp ngày càng trở nên quan trọng trước sức ép ngày càng lớn từ xã hội và các bên liên quan đối với lợi ích của doanh nghiệp Việt Nam và nhu cầu hội nhập, phát triển bền vững. Trong những năm gần đây, các nghiên cứu về TNXH như các ấn phẩm đã xuất bản và một số đề tài nghiên cứu như sau:

Lê Minh Tiến, Phạm Như Hồ, Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp, NXB Tri thức [21]. Bắt nguồn từ sự phát triển mạnh mẽ của phong trào “trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp” trong những năm gần đây. Điều này buộc chúng ta phải suy nghĩ lại về các phương thức kinh doanh truyền thống? Tại sao các doanh nghiệp cần phải gắn các mục tiêu kinh tế với các mục tiêu về môi trường và xã hội, và các mục tiêu này nên được liên kết với nhau như thế nào? Các tác giả của cuốn sách này đề xuất một cách tiếp cận khác đối với khái niệm bền vững trong các tổ chức và xã hội. Đồng thời, tác giả cũng chỉ ra một số xu hướng thực hiện trách nhiệm xã hội hiện nay và đưa ra những gợi ý cho các nhà nghiên cứu và quản lý doanh nghiệp muốn thực hiện tốt trách nhiệm xã hội trong tương lai.

Nguyễn Ngọc Thắng, Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp, Nhà xuất bản Đại học Quốc gia Hà Nội [22]. Cuốn sách này cung cấp một cái nhìn tổng quan về sự hình thành và phát triển của khái niệm trách nhiệm xã hội và các định nghĩa phổ biến nhất về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp, đồng thời cung cấp một số thông tin cơ bản về các xu hướng phát triển. Sự phát triển của trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp trong thế kỷ 21. Nó cũng đánh giá việc thực hiện TNXH tại một số quốc gia ở Hoa Kỳ, Châu Âu và Châu Á để làm cơ sở tư vấn và học hỏi kinh nghiệm cho các công ty Việt Nam. Tác giả cũng tập trung vào việc thực hiện trách nhiệm xã hội của các doanh nghiệp Việt Nam, từ bối cảnh, quá trình thích ứng với

thực trạng trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp và hiện trạng nghiên cứu, lấy trường hợp nghiên cứu của hai doanh nghiệp lớn của Việt Nam làm tài liệu tham khảo. bài học.

Nguyễn Mạnh Quân, Giáo trình Đạo đức kinh doanh và văn hóa doanh nghiệp, NXB Đại học Kinh tế Quốc dân, Hà Nội [17]. Cuốn sách này giới thiệu các khái niệm liên quan đến sự xuất hiện của đạo đức kinh doanh, văn hóa công ty, trách nhiệm xã hội, thương hiệu và các vấn đề đạo đức kinh doanh. Cuốn sách cũng giải thích nguồn gốc của những mâu thuẫn và nghĩa vụ cơ bản của kinh doanh về mặt kinh tế, luật pháp, đạo đức và bản chất con người bằng cách giới thiệu sáu triết lý tiêu biểu ảnh hưởng đến hành vi kinh doanh của con người và sự khác biệt trong cách chúng được thực hiện. Cuốn sách này cũng giúp người đọc hiểu được bản sắc văn hóa của một tổ chức là gì, những biểu hiện cơ bản và những yếu tố hình thành nên bản sắc văn hóa của một tổ chức và những việc cần làm để thiết lập bản sắc văn hóa cho một tổ chức hay công ty.

Lê Thanh Hà, Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp trong bối cảnh Việt Nam gia nhập WTO và hội nhập kinh tế quốc tế, Nhà xuất bản Khoa học và Kỹ thuật [7]. Cuốn sách nêu ra những lý do cần thực hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp trong bối cảnh Việt Nam đã là thành viên đầy đủ của WTO (Tổ chức Thương mại Thế giới). Tác giả cũng đề cập đến nội dung trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp, đi sâu nghiên cứu cho thấy trách nhiệm xã hội bao gồm 13 nội dung cơ bản như lao động trẻ em, lao động cưỡng bức, an toàn và sức khỏe, kỷ luật lao động. Các tình huống cấp doanh nghiệp trong việc thực hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp và vai trò và trách nhiệm của các bên ba bên trong việc thực hiện trách nhiệm xã hội Hiệp hội: chính phủ, đại diện người sử dụng lao động và đại diện người lao động.

Phan Văn Thiện, “Nghiên cứu về Trách nhiệm xã hội của Tập đoàn Viễn thông Quân đội Viettel”, Luận văn Thạc sĩ, Trường Đại học Kinh tế, Đại học Quốc gia Hà Nội [24]. Tác giả đã sắp xếp một cách có hệ thống lý thuyết cơ bản về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp và đưa ra một mô hình để đánh giá việc thực hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp. Tác giả cũng đưa ra cơ sở và điều kiện để

thực hiện trách nhiệm xã hội ở Việt Nam, nêu ra những lợi ích, thách thức và trở ngại của việc thực hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp. Theo mô hình A.Carroll, bài báo đánh giá toàn diện việc thực hiện trách nhiệm xã hội của Tập đoàn Viettel, đồng thời đề xuất 5 giải pháp chính giúp doanh nghiệp nâng cao hiệu quả thực hiện trách nhiệm xã hội.

Nguyễn Thị Liên, “Thực trạng hoạt động trách nhiệm xã hội tại Tổng công ty Đông Bắc”, Luận văn Thạc sĩ Trường Đại học Ngoại thương [14]. Tác giả tóm tắt cơ sở lý luận về trách nhiệm xã hội từ các khái niệm, vai trò và lợi ích của doanh nghiệp và các ngành liên quan. Ngoài ra, đánh giá toàn diện về trách nhiệm xã hội của một số công ty tiêu biểu trên thế giới đã được thực hiện để cung cấp thông tin tham khảo cho các công ty Việt Nam. Tác giả đánh giá thực trạng, thuận lợi và khó khăn của hoạt động trách nhiệm xã hội của Tổng công ty Đông Bắc trong bối cảnh cụ thể của ngành than và mỏ từ các khía cạnh pháp luật, kinh tế, đạo đức, từ thiện, v.v., đồng thời đưa ra một loạt giải pháp dưới góc độ doanh nghiệp đến Bộ Quốc phòng và các Bộ liên quan kiến nghị.

Nguyễn Thị Kim Chi, Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp trong bối cảnh toàn cầu hóa: Nhận diện cơ hội và thách thức, Kỷ yếu Hội nghị Cán bộ trẻ và Sau đại học năm 2014, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn Hà Nội [1]. Bài viết tập trung nhìn nhận và xác định cơ hội (nhà nước đã ban hành nhiều chính sách, nghị quyết về phát triển doanh nghiệp, doanh nhân; hệ thống pháp luật đã tạo hành lang pháp lý để doanh nghiệp thực hiện trách nhiệm, nghĩa vụ xã hội ...) và thách thức (nhỏ và doanh nghiệp quy mô vừa Trong quá trình này sẽ gặp khó khăn về vốn, công nghệ và nguồn nhân lực; năng lực tổ chức của các tổ chức xã hội và bản thân người dân, người lao động dễ bị tổn thương, người tiêu dùng ...) Trong quá trình thực hiện trách nhiệm xã hội của các doanh nghiệp Việt Nam trong Bối cảnh toàn cầu hoá - Việt Nam bước vào hội nhập công nghiệp hoá Đó là xu thế tất yếu trong quá trình hiện đại hoá đất nước.

Nguyễn Ngọc Thắng, Gắn kết quản trị nguồn nhân lực với thực hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp, Tạp chí Khoa học Đại học Quốc gia Hà Nội [23].

Bài viết này đề xuất các bước giúp giám đốc nhân sự và giám đốc chiến lược phối hợp và tích hợp các chính sách quản lý nhân sự với trách nhiệm xã hội để thúc đẩy và tạo ra các lợi ích xã hội và doanh nghiệp.

Về cơ bản, khung lý thuyết về trách nhiệm xã hội đã được hình thành, nhưng góc độ tiếp cận vẫn còn nhiều tranh cãi. Tuy nhiên, hầu hết các nghiên cứu đều ở mức khung lý thuyết chung hoặc từ góc độ chung từ góc độ ngành v.v. Vì vậy, cần phải thực hiện một nghiên cứu riêng về việc thực hiện trách nhiệm xã hội của Viễn thông Hải Dương.

### **3. Mục đích và nhiệm vụ nghiên cứu**

*Mục đích nghiên cứu:*

Nghiên cứu trách nhiệm xã hội của Viễn thông Hải Dương từ đó đề xuất các giải pháp nhằm tăng cường thực hiện trách nhiệm xã hội cho Viễn thông Hải Dương.

*Nhiệm vụ nghiên cứu:*

Để đạt được mục đích nêu trên, luận văn cần thực hiện các nhiệm vụ cụ thể sau:

- Hệ thống hóa cơ sở lý luận về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp.
- Đánh giá thực trạng thực hiện trách nhiệm xã hội của Viễn thông Hải Dương.
- Đề xuất các giải pháp nhằm tăng cường thực hiện trách nhiệm xã hội của Viễn thông Hải Dương

### **4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu**

*Đối tượng nghiên cứu:*

Đề tài tập trung nghiên cứu hoạt động trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp.

*Phạm vi nghiên cứu:*

- Phạm vi nội dung: Luận văn giới hạn ở việc xem xét thực hiện trách nhiệm xã hội doanh nghiệp của Viễn thông Hải Dương; đề xuất các giải pháp tăng cường thực hiện trách nhiệm xã hội của Viễn thông Hải Dương.
- Phạm vi không gian: Nghiên cứu tại Viễn thông Hải Dương.



- Phạm vi thời gian: Số liệu nghiên cứu tổng quan thực hiện trách nhiệm xã hội được thu thập trong giai đoạn từ năm 2018 đến năm 2021.

## **5. Phương pháp nghiên cứu**

### *Phương pháp thu thập dữ liệu:*

Luận văn thu thập dữ liệu theo các phương pháp sau:

- Phương pháp thu thập dữ liệu thứ cấp: Các thông tin thứ cấp được thu thập và sử dụng chủ yếu từ các nguồn: báo cáo kết quả sản xuất kinh doanh, báo cáo hoạt động nhân sự tại Viễn thông Hải Dương, các văn bản quy định của Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam, các sách báo, tạp chí chuyên ngành liên quan, tài liệu từ các cổng thông tin internet,...

- Phương pháp thu thập dữ liệu sơ cấp: Luận văn có khảo sát thực tế thông qua bảng hỏi được thiết kế sẵn gửi tới cán bộ công nhân viên đang làm việc tại Viễn thông Hải Dương. Các dữ liệu sơ cấp được thu thập trong khoảng thời gian từ tháng 12 năm 2021 đến tháng 02 năm 2022.

### *Phương pháp xử lý số liệu:*

- Dữ liệu thu thập được thống kê, tính toán, tổng hợp, so sánh.
- Sử dụng phần mềm tính toán Microsoft Excel để xử lý những dữ liệu thu thập được.

### *Phương pháp phân tích số liệu:*

- Đối với dữ liệu sơ cấp: phân tích bằng cách ghi chép, so sánh, tổng hợp, đánh giá.
- Đối với dữ liệu thứ cấp: Phân tích tổng hợp, đánh giá.

## **6. Kết cấu của luận văn**

Ngoài phần mở đầu, kết luận và danh mục tài liệu tham khảo, kết cấu của luận văn được kết cấu thành 3 chương:

Chương 1: Cơ sở lý luận về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp.

Chương 2: Thực trạng thực hiện trách nhiệm xã hội tại Viễn thông Hải Dương.

Chương 3: Giải pháp tăng cường thực hiện trách nhiệm xã hội tại Viễn thông  
Hải Dương.

# **CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI CỦA DOANH NGHIỆP**

## **1.1. Tổng quan về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp**

### ***1.1.1. Văn hóa kinh doanh***

Văn hóa có thể bắt nguồn từ buổi bình minh của xã hội loài người. Văn hóa là hệ thống hữu cơ các giá trị vật chất và tinh thần do con người sáng tạo và tích lũy trong quá trình hoạt động thực tiễn, trong mối quan hệ tương tác giữa con người với tự nhiên và môi trường xã hội. Trong lịch sử hàng nghìn năm, văn hóa ngày càng tham gia vào mọi hoạt động của con người và được thể hiện rõ nét, hình thành nên văn hóa chính trị, văn hóa giáo dục, văn hóa du lịch, văn hóa ẩm thực, văn hóa gia đình... và văn hóa kinh doanh trên lĩnh vực văn hóa.

Kinh doanh và văn hóa có mối quan hệ biện chứng chặt chẽ. Một doanh nghiệp có văn hóa là một doanh nghiệp có mục đích, đôi bên cùng có lợi. Nếu doanh nghiệp chà đạp lên văn hóa, chà đạp lên các giá trị đạo đức thì doanh nghiệp đó không thể bền vững. Chỉ kinh doanh có đạo đức và văn hóa mới có thể tạo ra kết quả lâu dài và bền vững. Khi tất cả các yếu tố văn hóa kết tụ lại thành hoạt động kinh doanh, nó sẽ trở thành một cách tiếp cận văn hóa trong kinh doanh. Đây là nguồn lực quan trọng để phát triển doanh nghiệp. Bởi nó sẽ giúp chủ thể tạo ra một phong cách kinh doanh trung thực, đáp ứng nhu cầu của cuộc sống mà không hy sinh lợi ích của toàn thể cộng đồng và xã hội vì lợi ích của bất kỳ cá nhân hay nhóm doanh nghiệp nào. Văn hóa kinh doanh xây dựng mối quan hệ mật thiết giữa người sản xuất và người tiêu dùng theo nguyên tắc cùng có lợi, có tác dụng kích thích cạnh tranh lành mạnh.

Có thể nói, văn hóa doanh nghiệp là phương thức phát triển bền vững của doanh nghiệp và sản xuất.

Theo nghĩa rộng, văn hóa thương mại là tổng thể các giá trị vật chất và tinh thần do chủ thể thương mại tạo ra và tích lũy trong quá trình hoạt động thương mại

và trong mối quan hệ tương tác giữa chủ thể thương mại với môi trường thương mại. Vì vậy, văn hóa kinh doanh là tổng thể những giá trị vật chất và tinh thần, phương thức và kết quả hoạt động của con người được tạo ra và sử dụng vào quá trình kinh doanh [15].

Theo nghĩa hẹp, văn hóa kinh doanh là hệ thống các giá trị, chuẩn mực, quan niệm và hành vi do chủ thể kinh doanh tạo ra trong quá trình hoạt động kinh doanh, thể hiện ở cách ứng xử của họ với người khác, với xã hội và tự nhiên, trong một cộng đồng hoặc một khu vực. Theo cách hiểu này, văn hóa doanh nghiệp là tổng thể các giá trị văn hóa được chủ thể doanh nghiệp sử dụng và sáng tạo trong hoạt động kinh doanh để tạo nên bản sắc doanh nghiệp [15].

Các yếu tố cấu thành văn hóa doanh nghiệp bao gồm: triết lý kinh doanh, văn hóa doanh nghiệp, văn hóa doanh nghiệp, đạo đức kinh doanh và hành vi kinh doanh.

### ***1.1.2. Đạo đức kinh doanh***

Đạo đức đã được con người nghiên cứu từ lâu, nó liên quan mật thiết đến mọi hoạt động, giao tiếp xã hội và hoạt động kinh doanh trong đời sống của con người.

Đạo đức là nghiên cứu về bản chất và nền tảng của đạo đức trong các mối quan hệ giữa các cá nhân, trong đó đạo đức được hiểu là sự công bằng, các tiêu chuẩn và các quy tắc ứng xử. Có thể nói, đạo đức học là môn khoa học nghiên cứu hành vi và cách ứng xử trong các mối quan hệ giữa các cá nhân với nhau, đạo đức học đã trở thành một môn học có ý nghĩa thực tiễn to lớn đối với việc xác lập, xây dựng và phát triển các mối quan hệ giữa các cá nhân với nhau [17].

Đạo đức quy định thái độ, nghĩa vụ và trách nhiệm của mỗi người đối với bản thân và đối với người khác và xã hội. Vì vậy, đạo đức là khuôn mẫu, chuẩn mực định hình cách sống và lý tưởng sống của mỗi người.

Đạo đức kinh doanh là quy tắc đạo đức được áp dụng trong hoạt động kinh doanh.

Đạo đức kinh doanh bao gồm các nguyên tắc và tiêu chuẩn hướng dẫn việc thực hiện các mối quan hệ kinh doanh; chúng được sử dụng bởi những người có lợi ích (ví dụ: nhà đầu tư, khách hàng, người quản lý, nhân viên, đại diện của các tổ chức pháp lý, cộng đồng, đối tác, đối thủ cạnh tranh, v.v.) hoặc sai đạo đức hoặc trái đạo đức [17].

Có thể nói, đạo đức kinh doanh là một dạng đạo đức nghề nghiệp, mang tính đặc thù của hoạt động kinh doanh. Vì kinh doanh là một hoạt động liên quan đến lợi ích kinh tế nên các khía cạnh thể hiện của hành vi đạo đức không hoàn toàn giống với các hoạt động khác, chẳng hạn như coi trọng hiệu quả kinh tế như một đạo đức tốt cho thế giới. Kinh doanh nhưng nếu áp dụng vào các lĩnh vực khác như giáo dục, y tế, quan hệ gia đình thì đó là một thói quen xấu và bị xã hội chỉ trích. Tuy nhiên, đạo đức kinh doanh luôn bị ràng buộc bởi hệ giá trị chung và các chuẩn mực xã hội.

### ***1.1.3. Trách nhiệm xã hội***

#### **1.1.3.1. Khái niệm**

Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp đã được hình thành và phát triển trong nhiều thập kỷ. Kể từ những năm 1980, trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp đã trở thành một chiến lược quan trọng của các công ty. Ngày càng nhiều công ty nhận ra rằng họ không chỉ phải đạt được mục tiêu tối đa hóa lợi nhuận mà còn phải thực hiện các trách nhiệm xã hội của mình.

Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp có các định nghĩa khác nhau. Mọi tổ chức, doanh nghiệp và chính phủ đều hiểu trách nhiệm xã hội từ góc độ và quan điểm riêng tùy theo điều kiện, đặc điểm và trình độ quản lý của mình.

Nghiên cứu đầu tiên về trách nhiệm xã hội được xuất bản vào năm 1953, khi H.R. Bowen xuất bản cuốn sách "Trách nhiệm xã hội của doanh nhân" để thúc đẩy và kêu gọi các nhà quản lý rằng tài sản không làm tổn hại đến quyền của người khác và kêu gọi lòng từ thiện bồi thường thiệt hại do các doanh nghiệp làm tổn hại đối với xã hội [22].

Theo Carroll (1979): TNXH bao gồm 4 loại trách nhiệm là trách nhiệm kinh tế, luật pháp, đạo đức và trách nhiệm tự nguyện mà doanh nghiệp cần đáp ứng tại một thời điểm cụ thể [22].

Theo các chuyên gia của Ngân hàng Thế giới: “Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp có thể hiểu là cam kết của công ty trong việc đóng góp vào sự phát triển kinh tế bền vững thông qua việc tuân thủ các tiêu chuẩn về bảo vệ môi trường, bình đẳng giới, an toàn lao động, quyền lao động, trả công công bằng, đào tạo và phát triển nhân viên, cộng đồng phát triển ... theo hướng có lợi cho cả doanh nghiệp và xã hội.” [15].

Về cơ bản, trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp bao gồm:

Trách nhiệm kinh tế

Trách nhiệm pháp lý

Trách nhiệm đạo đức

Trách nhiệm nhân đạo, từ thiện.

Việc thực hiện trách nhiệm này được thực hiện trên các phương diện: Sản xuất kinh doanh có lãi; bảo đảm quyền và lợi ích hợp pháp của người lao động, đối xử bình đẳng với người lao động, thực hiện an toàn thực phẩm và bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng. Thực hiện các vấn đề về bảo vệ môi trường và tài nguyên thiên nhiên, tham gia các hoạt động từ thiện, giúp đỡ xã hội.

Tóm lại, có thể hiểu thực chất của trách nhiệm xã hội là “phương tiện” giải quyết mối quan hệ giữa doanh nghiệp với cộng đồng, doanh nghiệp với môi trường, doanh nghiệp với khách hàng, hỗ trợ doanh nghiệp phát triển bền vững trong một xã hội bền vững.

### 1.1.3.2. Tác dụng của việc thực hiện trách nhiệm xã hội

#### 1.1.3.2.1. *TNXH góp phần điều chỉnh hành vi của chủ thể kinh doanh*

Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp cũng là cam kết đạo đức của cộng đồng doanh nghiệp nhằm đóng góp vào sự phát triển kinh tế xã hội bằng cách cải thiện cuộc sống của lực lượng lao động và gia đình họ, đồng thời cung cấp các lợi ích của trách nhiệm xã hội, từ đó mang lại lợi ích cho cộng đồng và xã hội.

Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp không chỉ là thực hiện các nghĩa vụ pháp lý mà còn là sự tuân thủ, đầu tư nhiều hơn vào nguồn nhân lực, môi trường và mối quan hệ với các bên liên quan. Những gì doanh nghiệp nhận được ngày mai là kết quả tất yếu của các quyết định kinh doanh ngày hôm nay. Hành vi của doanh nghiệp và người lao động, cổ đông, khách hàng, môi trường xã hội và cộng đồng thể hiện đúng bản chất của doanh nghiệp và sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến sự thành bại của doanh nghiệp.

Vì vậy, thực hiện trách nhiệm xã hội đã trở thành yếu tố chiến lược và định hướng cho sự phát triển của doanh nghiệp.

#### *1.1.3.2.2. TNXH góp phần nâng cao giá trị thương hiệu và uy tín của doanh nghiệp*

Trong thời đại kinh tế hội nhập, việc làm thế nào để tạo dựng hình ảnh thương hiệu đẹp cho doanh nghiệp trở thành ưu tiên hàng đầu. Trách nhiệm xã hội đóng một vai trò quan trọng trong việc củng cố hình ảnh thương hiệu vì nó khuyến khích các công ty tích cực cải thiện môi trường xã hội, kinh tế và môi trường, từ đó tạo ra giá trị cho khách hàng, người tiêu dùng.

Đối với nhà đầu tư, thông tin minh bạch, quản lý công ty hiệu quả, sử dụng vốn hợp lý để tạo giá trị gia tăng cho sản phẩm sẽ tạo niềm tin cho nhà đầu tư, và niềm tin là yếu tố chính quyết định lợi nhuận cổ phiếu.

Đối với khách hàng, trách nhiệm xã hội được thể hiện ở việc bán sản phẩm đáp ứng nhu cầu của họ, giá cả hợp lý, giao hàng đúng hạn và an toàn khi sử dụng. Khi đó, hình ảnh của sản phẩm và doanh nghiệp sẽ đọng lại trong tâm trí người tiêu dùng. Doanh nghiệp đã tạo dựng được thương hiệu và lòng tin của người tiêu dùng, hoạt động kinh doanh trở nên vô cùng thuận lợi.

Cộng đồng có trách nhiệm bảo vệ môi trường (và cả sức khỏe cộng đồng), và sau đó là làm từ thiện.

#### *1.1.3.2.3. TNXH góp phần tăng lợi nhuận cho doanh nghiệp*

Khi trách nhiệm xã hội được thực hiện tốt, quyền và lợi ích của người lao động được đảm bảo, từ đó kích thích sự sáng tạo của người lao động, thúc đẩy

không ngừng cải tiến quản lý, nâng cao năng suất và chất lượng. nhân viên, cải tiến mẫu mã sản phẩm, từ đó nâng cao hiệu quả công việc của toàn doanh nghiệp và tạo ra nhiều lợi nhuận cho doanh nghiệp. Ngoài ra, khi doanh nghiệp thực hiện TNXH sẽ vượt qua được các rào cản kỹ thuật và thương mại mà đối tác yêu cầu, đồng thời đáp ứng nhu cầu của khách hàng về chất lượng, an toàn, độ tin cậy, tính khả dụng,... nên sản phẩm của doanh nghiệp sẽ được tiêu thụ nhiều hơn và dễ dàng hơn.

#### *1.1.3.2.4. TNXH góp phần thu hút và giữ chân nguồn lao động giỏi*

Khi nền kinh tế ngày càng hội nhập và cạnh tranh ngày càng gay gắt thì vấn đề nguồn nhân lực càng trở nên quan trọng. Thực hiện tốt trách nhiệm xã hội sẽ tạo điều kiện cho người lao động phát triển toàn diện về các mặt. Trong điều kiện tuân thủ pháp luật lao động, doanh nghiệp đầu tư vào an toàn và sức khỏe của người lao động, chế độ tiền lương, tiền thưởng được đảm bảo ... Trong điều kiện đó, người lao động được đảm bảo làm việc, cống hiến và phát triển. phát triển toàn diện về thể chất và tinh thần, cũng như tinh thần và vật chất.

Trách nhiệm xã hội cũng góp phần thúc đẩy và nâng cao hình ảnh của công ty trên thị trường lao động. Lương, vị trí và các đặc quyền khác là những thứ cụ thể thúc đẩy mọi người làm việc, nhưng TNXH là giá trị vô hình có thể giúp mọi người kết nối với doanh nghiệp. Những người giỏi, có uy tín thường muốn làm việc ở nơi mà họ cảm thấy tốt cho xã hội và tự hào. Sợi dây tình cảm vô hình này đôi khi giúp con người ta gần nhau hơn, khó cạnh tranh và bắt chước hơn.

#### *1.1.3.2.5. TNXH tạo sự phát triển bền vững cho doanh nghiệp*

Trong môi trường có ý thức xã hội ngày nay, khách hàng ưu tiên làm việc và chi tiêu cho các doanh nghiệp được đánh giá là có trách nhiệm xã hội cao. Nhưng người tiêu dùng không phải là những người duy nhất bị thu hút bởi TNXH. Chiến lược phát triển bền vững của doanh nghiệp là một trong những yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến sự lựa chọn của người lao động, đặc biệt là những người có trình độ và kiến thức chuyên môn cao. Những doanh nghiệp thực hiện tốt trách nhiệm xã hội, môi trường làm việc thân thiện và chính sách bảo vệ quyền lợi người lao động sẽ luôn là lựa chọn hàng đầu cho những nhân tài có tay nghề cao và chất lượng cao.

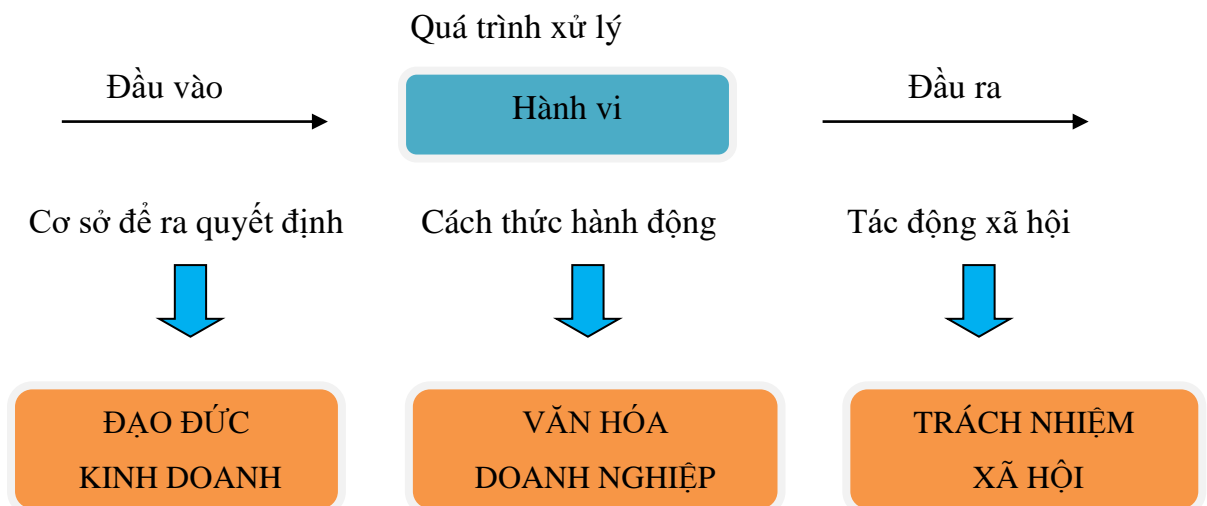


Ngoài ra, thực hiện đầy đủ các trách nhiệm xã hội như: Đảm bảo tính xác thực và minh bạch của thông tin cổ tức của cổ đông; quyên góp từ thiện, quỹ bảo vệ môi trường, xử lý rác thải ... Điều này giúp công ty ngày càng hoàn thiện trong mắt cơ quan quản lý, đối tác, nhà đầu tư, cổ đông và hình ảnh người tiêu dùng, nâng cao giá trị và uy tín thương hiệu. Từ đó, tăng cơ hội thâm nhập thị trường mới.

Có thể nói, khi một doanh nghiệp thực hiện tốt trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp và được xã hội đánh giá cao, nghĩa là trong doanh nghiệp đó, lợi ích của người lao động được quan tâm, lợi ích của cổ đông được đảm bảo, lợi ích của khách hàng được tối đa hóa, lợi ích của các đối tác được cân bằng, môi trường xã hội được đảm bảo, quan tâm đến các lợi ích khác để doanh nghiệp phát triển bền vững lâu dài.

#### ***1.1.4. Môi quan hệ giữa đạo đức kinh doanh, văn hóa doanh nghiệp, trách nhiệm xã hội***

Đạo đức kinh doanh, văn hóa doanh nghiệp, trách nhiệm xã hội có mối liên hệ mật thiết với nhau như sơ đồ dưới đây:



**Sơ đồ 2.1: Mối quan hệ giữa đạo đức kinh doanh – văn hóa doanh nghiệp – trách nhiệm xã hội**

Đạo đức kinh doanh là một hệ thống giá trị xã hội phổ biến, giúp doanh nghiệp nhận thức được đúng sai. Có thể nói, đạo đức kinh doanh là cơ sở của các quyết định, là “đầu vào” của quá trình lựa chọn hành động của doanh nghiệp. Trong

khi đó, văn hóa doanh nghiệp là cách thức hành động mà doanh nghiệp đã rút ra từ các giá trị đạo đức và xây dựng thành những nguyên tắc, hướng dẫn cụ thể cho từng thành viên. Đây là những dấu hiệu đặc trưng thể hiện bản sắc riêng của từng doanh nghiệp. Còn trách nhiệm xã hội là tác động xã hội mong muốn, là “đầu ra” của hoạt động. Trách nhiệm xã hội bao gồm các nghĩa vụ cần thực hiện, những tác động tích cực tối đa và các tác động tiêu cực tối thiểu được thực hiện một cách tự động từ các doanh nghiệp [17].

## 1.2. Nội dung trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp

Ngày nay, TNXH đã trở nên phổ biến, trong số đó mô hình “kim tự tháp” của A.Carroll (1999) có tính toàn diện và được sử dụng rộng rãi nhất. Theo đó, TNXH sẽ bao gồm 4 khía cạnh: kinh tế, pháp lý, đạo đức và nhân văn (từ thiện)



**Hình 1.1: Tháp TNXH của doanh nghiệp**

Mô hình phân tử của TNXH là một "kim tự tháp" nơi các nghĩa vụ được đặt ở các cấp độ khác nhau và mức độ ưu tiên thực hiện sẽ từ dưới cùng của tháp lên đến đỉnh. Thực hiện trách nhiệm xã hội phải xuất phát từ nghĩa vụ kinh tế. Đây là nghĩa vụ chủ yếu và cơ bản nhất của doanh nghiệp, vì nó là mục tiêu tồn tại của doanh nghiệp, là lý do tồn tại của doanh nghiệp và là cơ sở để thực hiện các nghĩa vụ tiếp theo về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp. Hoạt động và quản lý của doanh nghiệp chịu sự ràng buộc của hệ thống pháp luật, do đó, doanh nghiệp phải tuân thủ các quy định này nếu muốn tồn tại lâu dài. Ngoài ra, các doanh nghiệp cần tạo ra một môi trường công bằng, trung thực và có ý nghĩa trong mối quan hệ của

họ với nhân viên và thể hiện trách nhiệm đạo đức của doanh nghiệp. Ngoài các nghĩa vụ kinh tế và pháp lý, đạo đức kinh doanh còn bị ràng buộc bởi các nghĩa vụ nhân văn. Đây là những hành vi và hoạt động của một doanh nghiệp thể hiện mong muốn đóng góp cho sự phát triển của cộng đồng. Khi đưa ra quyết định, doanh nghiệp phải cân đối các nghĩa vụ này để đạt hiệu quả tối đa.

Mô hình "kim tự tháp" của Carroll là toàn diện và khả thi, và được sử dụng rộng rãi như một khuôn khổ cho nghiên cứu thử nghiệm. Các nghĩa vụ có quan hệ với nhau và ảnh hưởng lẫn nhau. Mọi nghĩa vụ đều có tầm quan trọng của nó, nhưng nghĩa vụ kinh tế là cơ bản và quan trọng nhất khi một công ty thực hiện TNXH.

### ***1.2.1. Nghĩa vụ kinh tế***

Các mục tiêu kinh tế như tối đa hóa lợi nhuận, hiệu quả và tăng trưởng là điều kiện tiên quyết cho hoạt động kinh doanh. Doanh nghiệp phải đạt được các mục tiêu kinh tế để đạt được các mục tiêu TNXH khác.

Nghĩa vụ kinh tế trong trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp là sản xuất hàng hóa và dịch vụ mà xã hội cần và mong muốn, đồng thời tạo ra mức lợi nhuận có thể chấp nhận được thông qua các quá trình kinh doanh; tìm kiếm lao động, khám phá các nguồn lực mới, thúc đẩy tiến bộ công nghệ và phát triển sản phẩm; là hàng hóa trong hệ thống xã hội và phân bổ các nguồn lực sản xuất như dịch vụ. Trong khi thực hiện các nhiệm vụ này, doanh nghiệp cũng có những đóng góp cho xã hội và đảm bảo sự tồn tại và phát triển của doanh nghiệp.

Nghĩa vụ kinh tế của doanh nghiệp đối với người lao động là tạo ra việc làm với mức thù lao tương xứng, cơ hội việc làm bình đẳng, cơ hội phát triển nghề nghiệp và nghề nghiệp, và được hưởng một môi trường làm việc an toàn. và vệ sinh, sự riêng tư ở nơi làm việc, cá nhân được đảm bảo.

Các nghĩa vụ kinh tế của doanh nghiệp đối với người tiêu dùng là cung cấp hàng hóa và dịch vụ, chất lượng, an toàn sản phẩm, giá cả, thông tin sản phẩm, phân phối, bán hàng và cạnh tranh. Lợi ích của người tiêu dùng là quyền hợp pháp và khả

năng hợp lý trong việc lựa chọn, sử dụng hàng hóa, dịch vụ đáp ứng nhu cầu của mình với giá cả hợp lý.

Đối với các đối tác, công ty có nghĩa vụ mang lại cho họ những lợi ích lớn nhất và công bằng nhất. Nghĩa vụ này được thực hiện bằng cách trực tiếp cung cấp các lợi ích thông qua việc cung cấp hàng hóa, dịch vụ, lợi tức đầu tư, v.v.

Nghĩa vụ tài chính của doanh nghiệp đối với chủ sở hữu là duy trì và phát triển giá trị và tài sản ủy thác.

Các nghĩa vụ kinh tế cũng có thể được thực hiện một cách gián tiếp thông qua cạnh tranh. Cạnh tranh kinh doanh phản ánh các khía cạnh liên quan đến lợi ích của người tiêu dùng và lợi nhuận doanh nghiệp mà các công ty có thể sử dụng để phân phối giữa các nhân viên và chủ sở hữu. Các biện pháp cạnh tranh giữa các doanh nghiệp có thể thay đổi khả năng tiếp cận và lựa chọn hàng hóa của người tiêu dùng; lợi nhuận và tăng trưởng kinh doanh có thể ảnh hưởng đến quyết định đầu tư của nhà đầu tư so với các doanh nghiệp khác.

Nói một cách dễ hiểu, doanh nghiệp là tế bào kinh tế cơ bản của xã hội, do đó, nghĩa vụ kinh tế phải là nghĩa vụ cơ bản và luôn đi đầu.

### ***1.2.2. Nghĩa vụ pháp lý***

Trách nhiệm này được hiểu là nghĩa vụ tuân thủ các quy định của pháp luật, hoặc là một phần của “cam kết” giữa doanh nghiệp và xã hội. Các quốc gia có trách nhiệm chuẩn hóa các quy tắc xã hội và đạo đức thành các văn bản pháp luật để các doanh nghiệp có thể theo đuổi các mục tiêu kinh tế một cách công bằng trong khuôn khổ đó và đáp ứng các tiêu chuẩn và giá trị cơ bản mà xã hội mong đợi ở chúng.

Nghĩa vụ này được áp đặt về mặt xã hội vì các bên liên quan như người tiêu dùng, các đối tượng thụ hưởng khác nhau, cấp quản lý vĩ mô của nền kinh tế, v.v., tin rằng doanh nghiệp không thể kinh doanh tốt nếu không có sự đảm bảo về tính trung thực. Nghĩa vụ pháp lý được thể hiện trong luật dân sự và hình sự.

Về cơ bản, nghĩa vụ pháp lý bao gồm năm lĩnh vực:

- 1- Cạnh tranh quy chuẩn
- 2 - Bảo vệ người tiêu dùng

3 - Bảo vệ môi trường

4 - An toàn và Bình đẳng

5 - Khuyến khích phát hiện và ngăn chặn các hành vi sai trái.

Trách nhiệm được mô tả là cấp độ tiếp theo trong kim tự tháp trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp. Trong việc tìm kiếm các mục tiêu kinh tế, các doanh nghiệp bị ràng buộc bởi luật pháp. Các tổ chức không thực hiện đầy đủ trách nhiệm pháp lý của mình thì không thể tồn tại được lâu. Vì vậy, trách nhiệm kinh tế và trách nhiệm pháp lý là hai thành phần thiết yếu của trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp.

### ***1.2.3. Nghĩa vụ đạo đức***

Nghĩa vụ đạo đức là những quy tắc và giá trị được xã hội chấp nhận nhưng chưa hoặc chưa thể thể chế hóa thành luật.

Nghĩa vụ đạo đức bao gồm những hoạt động mà các thành viên trong xã hội mong đợi hoặc bị cấm, ngay cả khi những hoạt động đó không được đề cập trong luật. Các nghĩa vụ đạo đức trong trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp được thể hiện thông qua các tiêu chuẩn, chuẩn mực và kỳ vọng phản ánh mối quan tâm của các bên liên quan như người tiêu dùng và nhân viên.

Các nghĩa vụ đạo đức của một doanh nghiệp được thể hiện rõ ràng thông qua các nguyên tắc và giá trị đạo đức được tôn trọng được nêu trong sứ mệnh và chiến lược kinh doanh. Các nguyên tắc và giá trị đạo đức này sẽ đóng vai trò là hướng dẫn phối hợp hành động của các thành viên trong công ty.

Thông thường pháp luật chỉ có thể được phản ánh sau những thay đổi trong việc thay đổi các chuẩn mực hành vi của xã hội. Do đó, việc tuân thủ pháp luật chỉ được xem là sự đáp ứng các yêu cầu và tiêu chuẩn tối thiểu do xã hội đặt ra. Doanh nghiệp cũng cần đưa ra những cam kết ngoài quy định của pháp luật. Mặc dù được mô tả là cấp độ tiếp theo trong kim tự tháp TNXH, các nghĩa vụ đạo đức là tự nguyện nhưng là trọng tâm của TNXH. Nó sẽ thúc đẩy các nghĩa vụ pháp lý đi xa hơn, đồng thời đặt kỳ vọng cao hơn vào các doanh nhân để làm những điều vượt quá pháp luật.

#### ***1.2.4. Nghĩa vụ nhân văn***

Nghĩa vụ nhân văn là hành vi của doanh nghiệp vượt trên sự mong đợi của xã hội và thể hiện mong muốn cống hiến, đóng góp cho xã hội và xã hội. Thực hiện nghĩa vụ nhân văn trong trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp có thể giúp đỡ những người kém may mắn, thiệt thòi, ốm đau, góp phần nâng cao chất lượng giáo dục ... Lòng tốt mang tính chiến lược, kết nối năng lực của doanh nghiệp với nhu cầu của cộng đồng và xã hội.

Doanh nghiệp có thể đóng góp theo 4 cách: nâng cao chất lượng cuộc sống; giảm bớt gánh nặng cho chính phủ; nâng cao năng lực lãnh đạo của người lao động; tu dưỡng phẩm chất đạo đức của người lao động.

Đó là một nghĩa vụ để điều chỉnh lương tâm. Không ai có thể bắt doanh nghiệp bỏ tiền ra xây nhà tình nghĩa, lớp học tình thương, ngoài sự thôi thúc của lương tâm. Yêu người khác như yêu chính mình đã trở thành một cách sống. Hơn nữa, một xã hội nhân đạo và từ thiện là yếu tố sống còn đối với hoạt động kinh doanh. Bởi vì trong một xã hội như vậy, sự giàu có sẽ được chấp nhận. Không có điều này, động lực cho hoạt động kinh doanh bị tước đoạt.

Có thể nói, nghĩa vụ nhân văn là hoạt động của doanh nghiệp nhằm đáp lại sự mong đợi của doanh nghiệp, phản ánh việc doanh nghiệp thực hiện nghĩa vụ công dân, là cam kết trực tiếp của doanh nghiệp trong việc xây dựng hành động hoặc kế hoạch. Được thiết kế để thúc đẩy phúc lợi của toàn xã hội.

Nói một cách khái quát, trách nhiệm xã hội bao gồm bốn khía cạnh, đó là: nghĩa vụ kinh tế, nghĩa vụ pháp lý, nghĩa vụ đạo đức và nghĩa vụ nhân văn. Trên cơ sở nghĩa vụ kinh tế, các doanh nghiệp thực hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp cần nỗ lực tạo ra lợi nhuận, tuân thủ pháp luật, phù hợp với các chuẩn mực đạo đức xã hội, trở thành công dân tốt của xã hội.

Tuy nhiên, cách diễn đạt này khiến nhiều người hiểu rằng, doanh nghiệp muốn thực hiện nghĩa vụ của cấp trên thì trước hết phải làm hài lòng cấp dưới, giữa đạo đức và bản chất con người, kinh tế và pháp luật có ranh giới khá rõ ràng. Trên thực

tế, các yếu tố trên vẫn đan xen lẫn nhau, nhiều khi chỉ nhìn vấn đề ở các góc độ khác nhau, cùng tồn tại trên cùng một sự việc.

### **1.3. Các nhân tố ảnh hưởng tới trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp**

#### ***1.3.1. Các nhân tố bên trong doanh nghiệp***

##### **1.3.1.1. Văn hóa doanh nghiệp**

Văn hóa doanh nghiệp là một hệ thống các giá trị, niềm tin mà các thành viên của doanh nghiệp nắm giữ. Đây là toàn bộ giá trị được xây dựng trong suốt quá trình hình thành và phát triển của doanh nghiệp, chi phối đến mọi thành viên của doanh nghiệp thực hiện các mục tiêu doanh nghiệp đề ra, giúp doanh nghiệp phát triển bền vững và thực hiện trách nhiệm xã hội trên khía cạnh đạo đức. Văn hóa doanh nghiệp cũng góp phần định hình lên các hành vi đạo đức trong quảng cáo, trong đối xử với người lao động, với chất lượng sản phẩm, dịch vụ cũng như ứng xử với khách hàng. Nếu doanh nghiệp định hướng văn hóa mang tính cạnh tranh cá nhân khi đó các cá nhân sẽ có xu hướng đề cao và ưu tiên những thành quả của chính họ, ít coi trọng lợi ích của doanh nghiệp, lợi ích của người khác. Điều này dẫn đến nhu cầu và lợi ích của cộng đồng, của các bên liên quan bị bỏ qua đồng nghĩa với nó là mức thực hiện TNXH thấp. Nếu doanh nghiệp chú trọng phát triển văn hóa nhân văn, tập trung vào con người, sự hợp tác, gắn kết thành viên, tạo ra môi trường cởi mở, hỗ trợ trong các mối quan hệ với nhau. Điều này giúp cho doanh nghiệp không chỉ quan tâm đến lợi ích kinh tế của doanh nghiệp mà còn quan tâm đến lợi ích của các bên liên quan. Đây là cơ sở của việc thực hiện TNXH trong các doanh nghiệp.

Có thể nói, khi doanh nghiệp xây dựng được văn hóa doanh nghiệp đủ mạnh, phù hợp với mục tiêu chiến lược của doanh nghiệp thì các thành viên, người lao động trong doanh nghiệp không chỉ quan tâm đến nhu cầu và lợi ích riêng của mình mà còn quan tâm tới việc thực hiện trách nhiệm xã hội, mang lại lợi ích cho cộng đồng, xã hội, các bên liên quan, giúp doanh nghiệp phát triển bền vững.

### 1.3.1.2. Nhận thức về TNXH của doanh nghiệp

Nhận thức về TNXH của doanh nghiệp, đặc biệt là kiến thức về TNXH của lãnh đạo doanh nghiệp là nhân tố ảnh hưởng lớn đến thực hiện TNXH của doanh nghiệp. Nếu doanh nghiệp không tin tưởng vào tầm quan trọng của TNXH thì sẽ không chủ động hay thực hiện các hoạt động TNXH tại đơn vị. Chỉ khi doanh nghiệp nhận thức việc hoàn thành các TNXH không chỉ là phụ thêm để đóng góp cho cộng đồng mà nhìn nhận vai trò và ý nghĩa của nó như một chiến lược để phát triển, đáp ứng các nhu cầu của khách hàng trong thời đại mới, biến TNXH thành một phần văn hóa doanh nghiệp thì khi đó doanh nghiệp mới áp dụng thành công TNXH.

### 1.3.1.3. Tài chính doanh nghiệp

Tài chính doanh nghiệp được hiểu là quá trình tạo lập, phân phối và sử dụng các quỹ tiền tệ phát sinh trong quá trình hoạt động, góp phần đạt được các mục tiêu của doanh nghiệp. Do vậy, tài chính có vai trò vô cùng quan trọng trong doanh nghiệp, hiện hữu trong mọi hoạt động của doanh nghiệp. Hầu hết các quyết định về thực hiện TNXH đều dựa trên tình hình tài chính của doanh nghiệp. Để thực sự làm tốt TNXH thì nguồn lực tài chính của doanh nghiệp là yếu tố quan trọng. Tuy nhiên, tùy theo quy mô, nguồn vốn mà doanh nghiệp lựa chọn cách làm phù hợp nhất với khả năng của mình.

## ***1.3.2. Các nhân tố bên ngoài doanh nghiệp***

### 1.3.2.1. Quy định của pháp luật

Quy định của pháp luật là cơ sở, là nền tảng của TNXH. Đây là tiêu chí ràng buộc cho các doanh nghiệp phải hướng tới và phải thực hiện để đạt được hiệu quả kinh tế cao. Các nhà kinh doanh, các doanh nghiệp khi đã tuân thủ theo các quy định của pháp luật thì sẽ tạo được một môi trường pháp lý, trong đó các doanh nghiệp hoạt động theo một mục tiêu đúng đắn, tạo nên môi trường kinh doanh công bằng, bình đẳng, thông thoáng và tạo sự gắn gũi giữa các doanh nghiệp với nhau. Tuy nhiên, pháp luật không thể là căn cứ phán xét một hành động là có đạo đức hay



vô đạo đức trong những trường hợp cụ thể mà nó chỉ thiết lập những quy tắc cơ bản cho những hành động được coi là có trách nhiệm trong kinh doanh.

Doanh nghiệp là tổ chức thành lập thực hiện hoạt động kinh doanh và hiện thực hóa nội dung của quyền tự do kinh doanh của công dân. Theo đó, doanh nghiệp được quyền làm tất cả những gì mà pháp luật không cấm. Trách nhiệm tuân thủ pháp luật chính là một phần của bản “cam kết” giữa doanh nghiệp và xã hội. Vì vậy, tuân thủ pháp luật chỉ được coi là sự đáp ứng những đòi hỏi, chuẩn mực tối thiểu mà xã hội đặt ra để doanh nghiệp theo đuổi mục tiêu kinh tế trong khuôn khổ pháp luật một cách công bằng và đáp ứng được các chuẩn mực và giá trị cơ bản mà xã hội mong đợi ở họ

TNXH dưới góc độ pháp lý được quy định trong Luật Doanh nghiệp hiện nay ở Việt Nam, có thể chia thành các nhóm trách nhiệm pháp lý sau [26]:

Thứ nhất là trách nhiệm của doanh nghiệp tuân thủ về điều kiện kinh doanh như: nghĩa vụ về đăng ký doanh nghiệp, đăng ký thay đổi nội dung đăng ký doanh nghiệp, công khai thông tin về thành lập và hoạt động, báo cáo và các nghĩa vụ khác theo quy định của Luật Doanh nghiệp và quy định khác của pháp luật có liên quan.

Thứ hai là trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp đối với khách hàng: Bảo đảm và chịu trách nhiệm về chất lượng hàng hóa, dịch vụ theo tiêu chuẩn do pháp luật quy định hoặc tiêu chuẩn đã đăng ký hoặc công bố.

Thứ ba là trách nhiệm của doanh nghiệp về nghĩa vụ thuế, tài chính đối với Nhà nước.

Thứ tư là trách nhiệm của doanh nghiệp đối với người lao động: Bảo đảm quyền, lợi ích hợp pháp, chính đáng của người lao động theo quy định của pháp luật về lao động; không được phân biệt đối xử và xúc phạm danh dự, nhân phẩm của người lao động trong doanh nghiệp; không được sử dụng lao động cưỡng bức và lao động trẻ em; hỗ trợ và tạo điều kiện thuận lợi cho người lao động tham gia đào tạo nâng cao trình độ, kỹ năng nghề; thực hiện chế độ bảo hiểm xã hội, bảo hiểm thất nghiệp, bảo hiểm y tế và bảo hiểm khác cho người lao động theo quy định của pháp luật.

Thứ năm là trách nhiệm của doanh nghiệp với trật tự chung của xã hội: Tuân thủ quy định của pháp luật về quốc phòng, an ninh, trật tự, an toàn xã hội, bình đẳng giới, bảo vệ tài nguyên, môi trường, bảo vệ di tích lịch sử...

#### 1.3.2.2. Nhận thức của xã hội

Khi xã hội phát triển cao đồng nghĩa với mức sống của cộng đồng được nâng cao, do đó nhu cầu của con người cũng phát triển theo. Theo A.Maslow thì con người càng cố gắng thỏa mãn những nhu cầu và khi nhu cầu nào đó được thỏa mãn lại xuất hiện những nhu cầu tiếp theo. Nắm bắt được những nhận thức xã hội này, người sử dụng lao động của doanh nghiệp cần xây dựng và định hướng trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp mình một cách đúng đắn. Ví dụ, đối với những nhu cầu sinh lý hay còn gọi là nhu cầu cơ bản của con người, cần đảm bảo được rằng người lao động sẽ có những mức lương phù hợp, công bằng xứng đáng với vị trí và công sức họ bỏ ra. Trong đó, mức lương này phải đảm bảo được một cuộc sống cơ bản cho nhân viên để chi trả cho cuộc sống. Ngoài ra, nhân viên cũng cần được cung cấp một chế độ làm việc và nghỉ ngơi phù hợp. Đối với nhu cầu an toàn, sau khi nhân viên được nhận vào làm, doanh nghiệp cần đảm bảo được điều kiện làm việc an toàn cho nhân viên. Nó nằm ở việc ký kết hợp đồng lao động giữa nhân viên và doanh nghiệp. Ngoài ra, doanh nghiệp cần tuân thủ những quy định, pháp luật lao động như việc đóng bảo hiểm cho nhân viên, bao gồm bảo hiểm xã hội, bảo hiểm y tế, bảo hiểm thất nghiệp. Đối với nhu cầu thể hiện bản thân, nên trao cơ hội để mỗi nhân viên được phát triển, điển hình như cân nhắc những vị trí lãnh đạo cho nhân viên có đóng góp xuất sắc nhất. Nó đồng nghĩa với việc trao cho nhân viên đó quyền hạn, tiếng nói và đóng góp vào sự phát triển của cả doanh nghiệp.

#### 1.3.2.3. Quá trình toàn cầu hóa và sức mạnh của thị trường

Ngày càng có nhiều doanh hoạt động trong môi trường đa quốc gia, nơi có sự khác biệt về văn hóa, chính trị, kinh tế, pháp luật... Vì vậy, các doanh nghiệp không chỉ phải tuân thủ luật pháp mà còn phải quan tâm hơn tới các giá trị văn hóa và chuẩn mực xã hội. Bên cạnh đó, các bên liên quan cũng gây áp lực và kì vọng nhiều hơn vào vai trò của các doanh nghiệp này đối với các vấn đề xã hội. Nếu không giải

quyết tốt các yêu cầu của các bên liên quan dẫn đến nguy cơ có thể xảy ra xung đột, điều đó sẽ ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Trong khi toàn cầu hóa một mặt giúp doanh nghiệp có thể tận dụng thị trường và lợi thế kinh tế trên quy mô lớn thì mặt khác nó cũng gia tăng áp lực cho các doanh nghiệp nếu hành động của họ không đáp ứng được nhu cầu và kỳ vọng của khách hàng, cộng đồng địa phương [22].

Toàn cầu hóa và khu vực hóa ngày càng tạo ra những thời cơ thuận lợi cho sự phát triển của các nước đang phát triển. Một trong những thời cơ thuận lợi đó là nếu các nước đang phát triển biết chủ động, linh hoạt, sáng tạo trong hội nhập với văn hóa các nước sẽ phát huy được lợi thế so sánh của mình trong quan hệ kinh tế quốc tế. Chính từ cách ứng xử văn minh, có trách nhiệm xã hội và đạo đức kinh doanh sẽ giúp doanh nghiệp phát triển bền vững.

Sức mạnh của thị trường mà điển hình là thị hiếu người tiêu dùng đã và đang đặt ra cho các nhà kinh doanh sự cạnh tranh khốc liệt về trách nhiệm xã hội và đạo đức kinh doanh dựa trên nền tảng sự tác động tổng hợp hành vi ứng xử, tới quyết định lựa chọn của người tiêu dùng. Lúc đó, TNXH và đạo đức kinh doanh là nguồn lực mới, nguồn vốn mới cho doanh nghiệp trong cạnh tranh quốc tế. Chính hai nguồn lực này sẽ tác động và thúc đẩy người tiêu dùng thay đổi quan niệm tiêu dùng của họ.

#### **1.4. Các công cụ đánh giá trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp**

Các doanh nghiệp thực hiện TNXH bước đầu mang lại những lợi ích như: đẩy mạnh sự tuân thủ luật pháp quốc gia; bảo đảm cho các doanh nghiệp thực hiện được các mục tiêu kinh doanh lâu dài, bền vững và tăng khả năng cạnh tranh trong quá trình hội nhập; xây dựng mối quan hệ lao động hài hòa; giảm các rủi ro trong kinh doanh quốc tế... Do đó, doanh nghiệp thực hiện TNXH không chỉ đơn thuần là mang lại lợi ích kinh tế mà còn có lợi ích xã hội và chính trị.

Hiện nay có nhiều bộ tiêu chuẩn hướng dẫn, thúc đẩy các doanh nghiệp thực hiện TNXH. Có những bộ tiêu chuẩn mang tính pháp lý thể hiện dưới dạng luật hoặc văn bản dưới luật như bộ luật lao động, luật môi trường... Bên cạnh đó cũng

có bộ tiêu chuẩn mang tính chất khuyến khích, không bắt buộc do các tổ chức phi chính phủ, tổ chức quốc tế đưa ra. Hiện nay các bộ Quy tắc ứng xử trên thế giới có thể được chia thành ba nhóm chính:

- Quy tắc ứng xử của các tổ chức quốc tế như: ISO, Công ước ILO, GC, OECD.
- Quy tắc ứng xử của các tập đoàn đa quốc gia, các tổ chức hiệp hội ngành nghề: Bộ Quy tắc ứng xử của Nike (Tập đoàn thể thao, Adidas (Tập đoàn thời trang), FTA (Hiệp hội Ngoại thương).
- Quy tắc ứng xử của các tổ chức độc lập như: SAI (Tổ chức trách nhiệm xã hội Quốc tế), FLA (Nhượng quyền Thương mại).

Dưới đây là một số bộ Quy tắc ứng xử mà các công ty, các Tập đoàn có thể nghiên cứu, sử dụng.

#### ***1.4.1. Bộ quy tắc ứng xử BSCI***

BSCI (Business Social Compliance Initiative) là Bộ tiêu chuẩn đánh giá tuân thủ trách nhiệm xã hội trong kinh doanh ra đời năm 2003 từ đề xướng của Hiệp Hội ngoại thương (FTA) nay là Hiệp hội Kinh doanh toàn cầu về Thương Mại Bền Vững (Amfori) với mục đích thiết lập một diễn đàn chung cho các quy tắc ứng xử và hệ thống giám sát ở châu Âu về TNXH. Bộ quy tắc ứng xử này phù hợp với Công ước tổ chức Lao động Quốc tế (ILO), Công ước Quốc tế về quyền con người của Liên hợp quốc, Công ước của Liên hợp quốc về quyền trẻ em, bản quy ước toàn cầu của Liên hợp quốc, hướng dẫn của OECD dành cho các doanh nghiệp đa quốc gia và các hiệp định quốc tế liên quan khác.

Bộ quy tắc ứng xử BSCI gồm 10 nội dung cụ thể:

*1-Tuân thủ pháp luật:* Tuân theo pháp luật và các quy định hiện hành, các tiêu chuẩn công nghiệp tối thiểu, các Công ước của ILO, Liên hợp quốc và những yêu cầu khác do luật pháp quy định, áp dụng luật nào nghiêm ngặt hơn.

*2- Tự do lập hội và quyền thương lượng tập thể:* Mọi cá nhân đều có quyền thành lập, tham gia các tổ chức đoàn thể theo ý họ, lựa chọn người đại diện cho mình để thương lượng tập thể với doanh nghiệp. Doanh nghiệp không được can

thiệp vào việc thành lập hoạt động hay công tác quản lý của tổ chức đó dưới bất cứ hình thức nào. Trong những tình huống hoặc tại những quốc gia mà các quyền về tự do lập hội và thương lượng tập thể bị luật pháp giới hạn, các biện pháp tương đương của tổ chức độc lập và tự do cũng như việc thương lượng sẽ được hỗ trợ cho mọi cá nhân.

*3- Cấm phân biệt:* Không cho phép một hình thức phân biệt nào trong việc thuê mướn, trả thù lao, đào tạo, đề bạt, tuyển dụng, chấm dứt hợp đồng lao động hoặc nghỉ hưu dựa trên giới tính, tuổi tác, tôn giáo, chủng tộc, địa vị xã hội, nguồn gốc dân tộc, quốc gia, quốc tịch, điều kiện thể chất hoặc bất kỳ một điều kiện nào khác có thể làm phát sinh tình trạng phân biệt đối xử.

*4- Lương bổng:* Lương trả cho giờ làm việc thông thường, giờ làm thêm và các chênh lệch thêm giờ sẽ phải đạt đến hoặc vượt qua lương tối thiểu và/hoặc các tiêu chuẩn ngành. Không được khấu trừ lương trái phép hoặc không đúng quy định hoặc thay thế luật bằng hình thức trừ lương. Trong các trường hợp lương theo quy định của pháp luật hoặc theo tiêu chuẩn ngành không đủ để chi trả chi phí sinh hoạt và cung cấp thu thập cho các chi phí phát sinh, các công ty sẽ cố gắng để cung cấp cho nhân viên một khoản đủ để đáp ứng các nhu cầu cơ bản trong cuộc sống. Đảm bảo lương và các cơ cấu quyền lợi được liệt kê chi tiết, rõ ràng và thường xuyên cho người lao động và việc trả thù lao phải được thực hiện theo cách thuận tiện cho người lao động.

*5- Giờ làm việc:* Công ty phải tuân thủ các quy định pháp luật của quốc gia hiện hành cũng như các tiêu chuẩn ngành về giờ làm việc và nghỉ lễ. Giờ làm việc tối đa cho phép trong một tuần được quy định bởi luật quốc gia, tuy nhiên không được vượt quá 48 giờ/tuần và số giờ làm thêm tối đa cho phép trong một tuần không được vượt quá 12 giờ. Làm thêm giờ là trên cơ sở tự nguyện và phải được trả lương ở mức cao hơn bình thường. Mỗi người lao động được phép có ít nhất một ngày nghỉ sau sáu ngày làm việc liên tục.

*6- An toàn và sức khỏe tại nơi làm việc:* Công ty phải cung cấp một môi trường làm việc an toàn, có các biện pháp hữu hiệu trong phòng ngừa tai nạn lao động. Cần

phải chỉ định rõ người đại diện quản lý chịu trách nhiệm về y tế và an toàn cho tất cả các cá nhân và phải có khả năng quy trách nhiệm đối với việc thực hiện các quy định về y tế và an toàn.

Đặc biệt không cho phép người lao động nhỏ tuổi làm việc trong những tình huống nguy hiểm, không an toàn hoặc không tốt cho sức khỏe.

Tất cả mọi cá nhân đều phải được huấn luyện về y tế và an toàn thường xuyên. Cần phải thiết lập các hệ thống để phát hiện, ngăn ngừa hoặc phản ứng lại đối với những nguy hiểm tiềm ẩn đối với sức khỏe và an toàn của tất cả mọi người.

*7- Cấm sử dụng lao động trẻ em:* Cấm sử dụng lao động trẻ em được ghi rõ trong các Công ước của ILO và Liên hợp quốc và luật pháp quốc gia. Trong số các tiêu chuẩn khác nhau này, tiêu chuẩn nào nghiêm ngặt nhất sẽ được tuân thủ. Cấm bất cứ hình thức bóc lột trẻ em nào. Cấm những điều kiện làm việc như nô lệ hoặc có hại cho sức khỏe trẻ em. Quyền của các lao động trẻ tuổi phải được bảo vệ.

*8- Cấm cưỡng bức lao động và các biện pháp kỷ luật:* Tất cả các hình thức lao động cưỡng bức, chẳng hạn như phải nộp tiền đặt cọc hoặc giữ các giấy tờ tùy thân cá nhân khi tuyển dụng đều bị cấm. Công ty không được giữ bất kỳ khoản nào trong tiền lương, tiền công, tài sản, giấy tờ để ép buộc họ tiếp tục làm việc. Cấm sử dụng các hình phạt về thể xác, tinh thần hoặc áp bức bạo lực cũng như có những lời nói xúc phạm đến người lao động.

*9- Các vấn đề về an toàn và môi trường:* Các thủ tục và tiêu chuẩn xử lý chất thải và các chất có hại khác, công tác xử lý khí thải, nước thải phải phù hợp hoặc tốt hơn các yêu cầu tối thiểu mà pháp luật quy định.

*10- Các hệ thống quản lý:* Công ty phải triển khai thực hiện chính sách về TNXH, có hệ thống quản lý để đảm bảo rằng các yêu cầu của Bộ luật ứng xử BSCI được thực hiện phù hợp, đồng thời thiết lập và tuân thủ chính sách chống hối lộ/ chống tham nhũng trong tất cả các hoạt động kinh doanh của mình. Ban quản lý phải cải thiện liên tục bằng cách thực hiện các biện pháp sửa chữa và đánh giá định kỳ về Bộ luật ứng xử cũng như việc trao đổi thông tin về các yêu cầu của Bộ luật

ứng xử cho mọi người lao động và giải quyết các trường hợp vi phạm tiêu chuẩn của Bộ quy tắc ứng xử.

#### **1.4.2. Tiêu chuẩn ISO2600**

ISO2600 (International Standard Organization 2600) được ban hành tháng 11 năm 2011 bởi Tổ chức tiêu chuẩn quốc tế và có thể áp dụng cho tất cả các loại hình doanh nghiệp. Theo bộ tiêu chuẩn này, TNXH bao gồm các trách nhiệm đối với những ảnh hưởng từ hoạt động của doanh nghiệp đến xã hội và môi trường được thực hiện qua các hành vi minh bạch và có đạo đức nhằm đóng góp cho sự phát triển bền vững.

Nội dung của tiêu chuẩn ISO2600 về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp bao gồm sáu khía cạnh:

- Môi trường
- Hòa hợp và phát triển cộng đồng
- Thực hành kinh doanh trung thực
- Người tiêu dùng
- Lao động
- Điều hành doanh nghiệp và quyền con người

4 yếu tố đầu tiên thể hiện trách nhiệm bên ngoài doanh nghiệp, 2 yếu tố cuối thể hiện trách nhiệm bên trong của doanh nghiệp. Sự phân chia này chỉ có ý nghĩa tương đối và không thể nói trách nhiệm nào quan trọng hơn trách nhiệm nào. Với các nội dung trên, việc thực hiện TNXH của doanh nghiệp giúp cho doanh nghiệp phát triển bền vững và góp phần vào sự phát triển bền vững của xã hội.

#### **1.4.3. Tiêu chuẩn SA8000**

SA8000 là tiêu chuẩn quốc tế ra đời năm 1997 được Hội đồng Công nhận quyền ưu tiên kinh tế - một tổ chức phi chính phủ xây dựng, tập trung vào các yêu cầu về quản trị TNXH nhằm cải thiện điều kiện làm việc trên toàn cầu.

Đây là tiêu chuẩn có thể áp dụng cho mọi loại hình doanh nghiệp ở mọi quy mô trên toàn thế giới.

Trách nhiệm xã hội trong tiêu chuẩn SA8000 tập trung về điều kiện làm việc và các vấn đề liên quan, cụ thể:

- Lao động trẻ em
- Lao động bắt buộc
- Sức khỏe và an toàn
- Tự do hiệp hội và quyền thương lượng tập thể
- Phân biệt đối xử
- Kỷ luật
- Giờ làm việc
- Thù lao
- Hệ thống quản lý

#### ***1.4.4. Thỏa ước toàn cầu của Liên Hợp Quốc (UNGC)***

UNGC (United Nations Global Compact) là một bộ quy tắc ứng xử gồm 10 nguyên tắc mà các bên cam kết tôn trọng, yêu cầu các doanh nghiệp phải nhận thức, hỗ trợ và thực hiện các nguyên tắc ứng xử cốt lõi về bảo vệ quyền con người, tiêu chuẩn lao động, bảo vệ môi trường và chống tham nhũng.

*Đối với nội dung quyền con người: có nguyên tắc 1 và 2.*

- Nguyên tắc 1: Việc kinh doanh của doanh nghiệp phải hỗ trợ và tôn trọng việc bảo vệ quyền con người đã được quốc tế công bố.
- Nguyên tắc 2: Đảm bảo tôn trọng quyền con người.

*Đối với nội dung người lao động: có nguyên tắc 3, 4, 5 và 6.*

- Nguyên tắc 3: Đảm bảo quyền tự do của hội và thừa nhận quyền thương lượng của tập thể.
- Nguyên tắc 4: Loại bỏ lao động cưỡng bức và bóc lột.
- Nguyên tắc 5: Không sử dụng lao động là trẻ em.
- Nguyên tắc 6: Không phân biệt đối xử với người lao động và nghề nghiệp.

*Đối với nội dung về môi trường: có nguyên tắc 7, 8, và 9.*

- Nguyên tắc 7: Hoạt động kinh doanh nên hỗ trợ một cách tích cực đối với những thách thức của môi trường.



- Nguyên tắc 8: Cải tiến để thực hiện trách nhiệm môi trường cao hơn.

- Nguyên tắc 9: Khuyến khích phát triển và phổ biến các công nghệ thân thiện với môi trường.

*Đối với nội dung chống tham nhũng: có nguyên tắc 10.*

- Nguyên tắc 10: Chống tham nhũng dưới mọi hình thức, bao gồm cả tổng tiền và hối lộ.

Có thể thấy rằng Bộ quy tắc ứng xử không thay thế và không đứng trên luật quốc gia. Phần lớn nội dung của các Bộ quy tắc ứng xử dựa trên các Công ước, thông lệ quốc tế và luật quốc gia. Việc thực hiện Bộ quy tắc ứng xử ở bất kỳ quốc gia nào cũng phải phù hợp với luật quốc gia và hỗ trợ việc thực hiện pháp luật.

Có thể nói, hiện nay có nhiều bộ công cụ và các chỉ số để đo lường TNXH của doanh nghiệp. Các doanh nghiệp cần thu thập đầy đủ thông tin, nghiên cứu, tìm hiểu để lựa chọn thực hiện bộ Quy tắc ứng xử phù hợp nhất với doanh nghiệp của mình.

Nói tóm lại, việc đưa ra các công cụ thực hiện TNXH đã tạo điều kiện cho các doanh nghiệp thực hiện nghiêm túc và có hiệu quả hơn trong hoạt động kinh doanh của mình.

## **CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG THỰC HIỆN TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI TẠI VIỄN THÔNG HẢI DƯƠNG**

### **2.1. Tổng quan về Viễn thông Hải Dương**

#### **2.1.1. Chức năng và nhiệm vụ của Viễn thông Hải Dương**

- Tên giao dịch: VIỄN THÔNG HẢI DƯƠNG – TẬP ĐOÀN BƯU CHÍNH VIỄN THÔNG VIỆT NAM.

- Mã số doanh nghiệp: 0800011427

- Địa chỉ: Số 01 Đại lộ Hồ Chí Minh, phường Nguyễn Trãi, thành phố Hải Dương, tỉnh Hải Dương, Việt Nam.

- Điện thoại: 0220.3848484

- Website: <http://haiduong.vnpt.vn>

Viễn thông Hải Dương được thành lập theo Quyết định số 631/QĐ-TCCB/HĐQT ngày 06/12/2007 của Hội đồng quản trị Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam trên cơ sở tổ chức lại các đơn vị kinh doanh dịch vụ viễn thông – công nghệ thông tin và các đơn vị trực thuộc khác của Bưu điện tỉnh Hải Dương sau khi thực hiện phương án chia tách bưu chính viễn thông trên địa bàn tỉnh.

Viễn thông Hải Dương là đơn vị kinh tế trực thuộc Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam, được tổ chức và hoạt động dưới hình thức chi nhánh của Công ty mẹ - Tập đoàn, là một bộ phận cấu thành của hệ thống tổ chức và hoạt động của Tập đoàn, hoạt động sản xuất kinh doanh và hoạt động công ích, cùng các đơn vị thành viên khác trong một dây chuyền công nghệ viễn thông, công nghệ thông tin, truyền thông liên hoàn, thống nhất cả nước; có mối liên hệ mật thiết với nhau về tổ chức mạng lưới, lợi ích kinh tế, tài chính, phát triển dịch vụ để thực hiện những mục tiêu, chiến lược, kế hoạch do Tập đoàn giao.

Viễn thông Hải Dương có chức năng hoạt động sản xuất kinh doanh và phục vụ chuyên ngành viễn thông, công nghệ thông tin và truyền thông, cụ thể như sau:

- Tổ chức phát triển, xây dựng, lắp đặt, quản lý, vận hành, khai thác, bảo dưỡng, sửa chữa mạng ngoại vi và cơ sở hạ tầng nhà trạm viễn thông trên địa bàn quản lý.

- Tổ chức lắp đặt, sửa chữa, bảo trì, hỗ trợ kỹ thuật cho khách hàng sử dụng các dịch vụ viễn thông, công nghệ thông tin và truyền thông trên địa bàn quản lý theo yêu cầu.

- Thực hiện vận hành, khai thác, bảo dưỡng, sửa chữa đối với: Hệ thống truyền dẫn, chuyển mạch, truyền tải thu gom, mạng truy nhập; mạng truyền dẫn nội tỉnh, mạng truyền tải thu gom, mạng chuyển mạch cố định nội tỉnh; mạng truy nhập; hệ thống IPCC tại địa bàn quản lý trên cơ sở hợp đồng nội bộ với Tổng công ty VNPT-Net.

- Tổ chức bảo dưỡng, bảo trì mạng lưới viễn thông, công nghệ thông tin và truyền thông trên địa bàn được giao quản lý và thực hiện đảm bảo chất lượng mạng, chất lượng dịch vụ theo đúng cam kết với khách hàng/đối tác.

- Tổ chức khảo sát, tư vấn, thiết kế, lắp đặt, bảo dưỡng các công trình viễn thông, công nghệ thông tin và truyền thông theo yêu cầu.

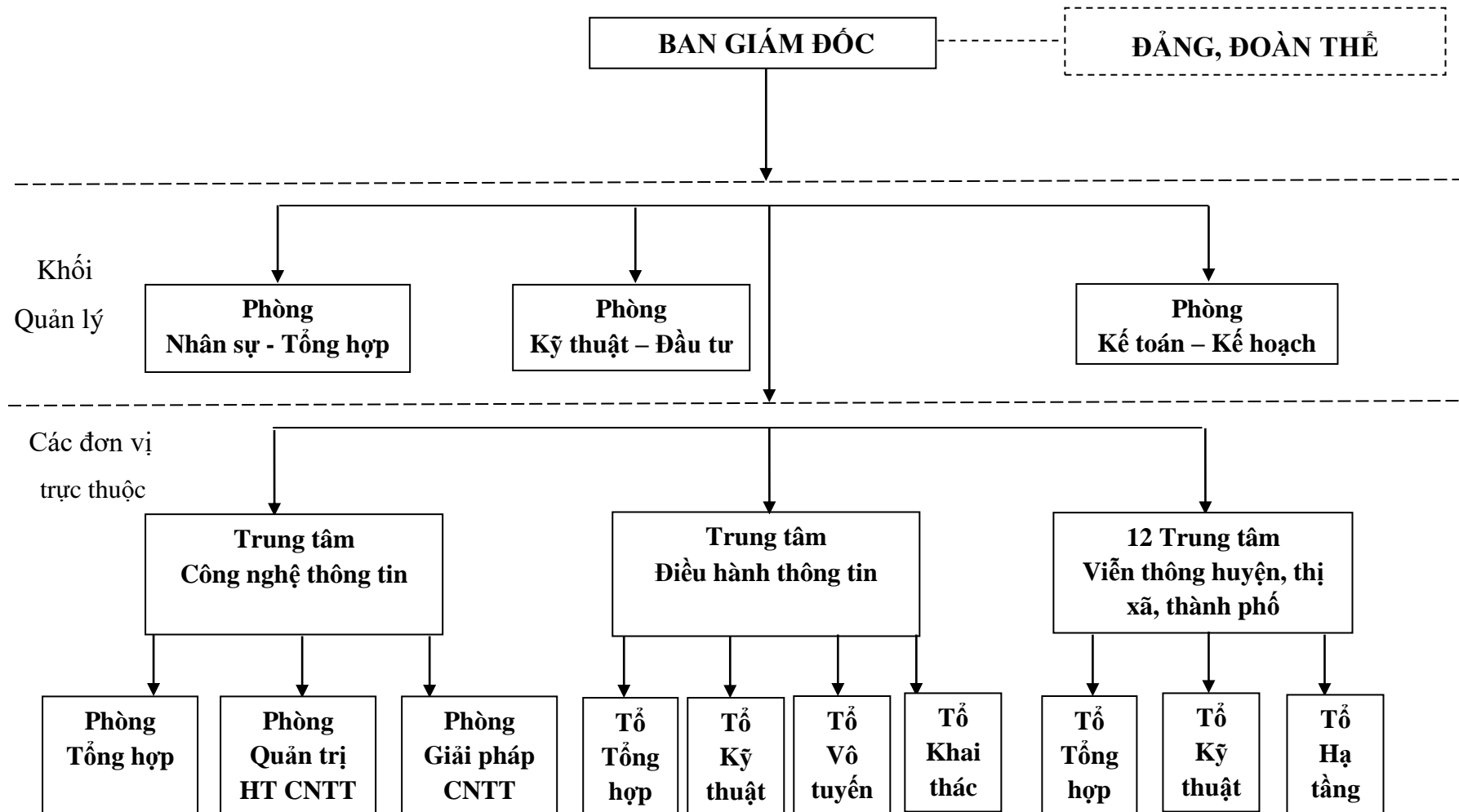
- Tổ chức kinh doanh các dịch vụ quảng cáo và cho thuê văn phòng, thiết bị, nhà trạm trên cơ sở nguồn lực hiện có của đơn vị.

- Tổ chức phục vụ và đảm bảo thông tin kịp thời, an toàn cho các cơ quan Đảng, Chính phủ và chính quyền địa phương theo yêu cầu.

- Tổ chức các hoạt động sản xuất kinh doanh khác trong phạm vi được Tập đoàn cho phép và phù hợp với quy định của pháp luật.

### ***2.1.2. Cơ cấu tổ chức của Viễn thông Hải Dương***

Cơ cấu tổ chức của Viễn thông Hải Dương được thể hiện như trong sơ đồ 2.2.



Sơ đồ 2.2: Sơ đồ tổ chức Viễn thông Hải Dương

(Nguồn: Phòng Nhân sự - Tổng hợp, Viễn thông Hải Dương)

### ***2.1.3. Quá trình phát triển và những thành tựu của Viễn thông Hải Dương***

#### **2.1.3.1. Quá trình phát triển và những thành tựu của Viễn thông Hải Dương**

Năm 2008, Khối Viễn thông các tỉnh, thành phố được tách ra từ các Bưu điện tỉnh, thành cũ thành các Viễn thông tỉnh, thành phố trực thuộc Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam (Tập đoàn, VNPT).

Tháng 8 năm 2014, để chuẩn bị cho việc triển khai hoạt động tái cấu trúc của Tập đoàn và thúc đẩy việc áp dụng các hệ thống quản trị hiện đại cho hoạt động sản xuất kinh doanh của Tập đoàn, Viễn thông Hải Dương cùng các Viễn thông tỉnh, thành trên toàn quốc đã hoàn thành việc chuyển đổi mô hình tổ chức sản xuất kinh doanh theo hướng gọn nhẹ, năng động và chuyên nghiệp, với việc tách riêng hoạt động của 2 khối Kinh doanh - Kỹ thuật. Trung tâm Kinh doanh – đơn vị kinh tế trực thuộc Viễn thông Hải Dương được thành lập trên cơ sở tổ chức lại Trung tâm Dịch vụ khách hàng và các Bộ phận kinh doanh của các Trung tâm Viễn thông với nhiệm vụ thực hiện công tác bán hàng, chăm sóc khách hàng, truyền thông, thương hiệu, tính cước, thu cước các dịch vụ viễn thông – công nghệ thông tin trên địa bàn tỉnh. Các hoạt động quản trị nội bộ được đổi mới, đặc biệt là áp dụng công cụ quản trị hiện đại Thẻ điểm cân bằng BSC (Balanced Score Card) nhằm tối ưu hóa các nguồn lực, hướng mạnh vào tính hiệu quả và phát triển bền vững.

Ngày 1/7/2015 - 3 Tổng công ty: VNPT-Net (Tổng Công ty hạ tầng mạng), VNPT-Vinaphone (Tổng Công ty Dịch vụ Viễn thông), VNPT-Media (Tổng Công ty Truyền thông) chính thức đi vào hoạt động và thực hiện phân công công đoạn cho các đơn vị thành viên (trong đó có các Viễn thông tỉnh, thành phố) tham gia các hoạt động trong chuỗi giá trị cung cấp dịch vụ viễn thông, Công nghệ thông tin và Truyền thông của VNPT theo đúng quy định của Chính phủ và hướng dẫn của Bộ Thông tin và Truyền thông. Chính thức vận hành hoạt động sản xuất kinh doanh của VNPT theo mô hình 3 lớp “Dịch vụ - Hạ tầng - Kinh doanh” với nguyên tắc “Chuyên biệt - Khác biệt - Hiệu quả”.

Tháng 10 năm 2015, Tập đoàn điều chuyển Trung tâm Kinh doanh trực thuộc Viễn thông Tỉnh sang Tổng Công ty Dịch vụ Viễn thông quản lý.

Trước những thách thức của cạnh tranh và hội nhập, Viễn thông Hải Dương đã và đang nỗ lực để trở thành doanh nghiệp Viễn thông – Công nghệ thông tin hàng đầu tại địa bàn, tiếp nối xứng đáng truyền thống vẻ vang của ngành Bưu điện. Nội lực nền tảng để thực hiện được những mục tiêu, kết quả đó chính là Viễn thông Hải Dương đã xây dựng được cho doanh nghiệp sứ mệnh, tầm nhìn cũng như kế thừa và phát triển các giá trị cốt lõi trong triết lý kinh doanh của Công ty Mẹ - Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam.

- Sứ mệnh:

+ Đảm bảo cơ sở hạ tầng Viễn thông, Công nghệ thông tin và Truyền thông vững chắc, hiện đại phục vụ cho sự nghiệp phát triển kinh tế, xã hội của Tỉnh.

+ Thỏa mãn các nhu cầu sử dụng Viễn thông, Công nghệ thông tin và Truyền thông của khách hàng mọi lúc, mọi nơi.

+ Tôn vinh và đánh giá giá trị đích thực của người lao động.

+ Tiên phong trong các hoạt động về cộng đồng

- Tầm nhìn:

+ Luôn là sự lựa chọn số 1 của khách hàng trong sử dụng sản phẩm, dịch vụ Viễn thông – Công nghệ thông tin – Dịch vụ số trên địa bàn Tỉnh.

- Triết lý kinh doanh:

+ Khách hàng là trung tâm: Viễn thông Hải Dương luôn xác định khách hàng là nguồn sống của doanh nghiệp vì khách hàng là người mua sản phẩm, dịch vụ của doanh nghiệp. Do vậy, khách hàng luôn là trung tâm trong chiến lược phát triển và mục tiêu kinh doanh của doanh nghiệp.

+ Chất lượng là linh hồn: Chất lượng các dịch vụ là một trong những yếu tố hàng đầu tạo nên sự khác biệt có ưu thế trong cạnh tranh của Viễn thông Hải Dương. Do đó, doanh nghiệp luôn đảm bảo về chất lượng dịch vụ, coi đó là sự sống còn của dịch vụ, cũng như là giá trị của doanh nghiệp trên thị trường.

+ Hiệu quả là thước đo: Hiệu quả hoạt động là thước đo cho sự lớn mạnh của doanh nghiệp. Đó là hiệu quả kinh doanh, được thể hiện bằng giá trị lợi nhuận đạt được, là năng suất lao động, thu nhập của người lao động. Bên cạnh đó, còn là hiệu

quả các mặt hoạt động khác của doanh nghiệp. Đó cũng là những lợi thế trong cạnh tranh của doanh nghiệp và thể hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp.

- 5 giá trị cốt lõi văn hóa VNPT, đó là:

- + Tinh thần VNPT;
- + Truyền thống VNPT;
- + Sức mạnh VNPT;
- + Chuẩn mực VNPT;
- + Trách nhiệm VNPT.

Đó là những giá trị “linh hồn”, như sợi chỉ đỏ xuyên suốt, là kim chỉ nam cho mọi hoạt động, mọi công việc của mỗi con người VNPT nói chung và Viễn thông Hải Dương nói riêng. Đây cũng chính là nền tảng vững chắc, tạo động lực to lớn giúp Viễn thông Hải Dương vượt qua mọi khó khăn thách thức, phát triển bền vững và vươn tới những tầm cao mới.

Trải qua hơn 10 năm xây dựng và phát triển, với mạng lưới rộng khắp, chất lượng dịch vụ ngày được nâng cao, chất lượng phục vụ được quan tâm sâu sát cùng đội ngũ lao động lành nghề, tâm huyết, Viễn thông Hải Dương vẫn giữ vững là nhà cung cấp dịch vụ viễn thông – công nghệ thông tin lớn nhất trên địa bàn tỉnh Hải Dương.

Viễn thông Hải Dương đã đạt được nhiều thành tựu đáng kể được Chính phủ, Bộ Thông tin và Truyền thông, Tập đoàn ghi nhận:

- Huân chương Lao động hạng nhất.
- Huân chương Lao động hạng II.
- Cờ thi đua của Chính phủ.
- Cờ thi đua của Ủy ban quản lý vốn nhà nước tại doanh nghiệp.
- Cờ thi đua của Bộ Thông tin và Truyền thông.
- Cờ thi đua của Tập đoàn
- Cờ thi đua của Tổng Liên đoàn lao động Việt Nam ...

#### 2.1.3.2. Kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh giai đoạn 2018-2021

Trong giai đoạn 2018 - 2021, cùng với sự phát triển vững mạnh của Tập đoàn, Viễn thông Hải Dương là một đơn vị trực thuộc đã có sự phát triển vượt bậc, đóng góp một phần vào thành công trong hoạt động kinh doanh hiệu quả của Tập đoàn.

Lĩnh vực Viễn thông – Công nghệ thông tin cạnh tranh vẫn diễn ra hết sức gay gắt và quyết liệt. Là doanh nghiệp kinh doanh đầy đủ các dịch vụ, Viễn thông Hải Dương phải chịu sức ép cạnh tranh rất lớn từ các doanh nghiệp khác. Bên cạnh đó, trong các năm 2020, 2021 Hải Dương chịu tác động và ảnh hưởng nặng nề của dịch bệnh Covid-19 đến kinh tế - xã hội toàn tỉnh. Tuy nhiên, kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh của Viễn thông Hải Dương trong những năm vừa qua cho thấy tập thể CBCNV và người lao động Viễn thông Hải Dương đã có sự cố gắng rất lớn, các chỉ tiêu quan trọng đã được thực hiện hết sức nỗ lực so với kế hoạch của Tập đoàn.

**Bảng 2.1: Kết quả hoạt động của Viễn thông Hải Dương giai đoạn 2018-2021**

Stt	Chỉ tiêu	ĐV tính	Năm 2018	Năm 2019	Năm 2020	Năm 2021
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
1	Doanh thu	Tỷ đồng	549,956	547,332	517,493	521,950
2	Chênh lệch thu chi	Tỷ đồng	13,065	44,651	41,346	69,169
3	Nộp NSNN	Tỷ đồng	11,036	21,152	23,037	25,770
4	Năng suất lao động	Tr.đ/ng/năm	1.686	1.699	1.637	1.657

(Nguồn: Phòng Kế toán – Kế hoạch, Viễn thông Hải Dương)

## **2.2. Thực trạng thực hiện trách nhiệm xã hội tại Viễn thông Hải Dương**

### **2.2.1. Nghĩa vụ kinh tế**

#### **2.2.1.1. Nghĩa vụ kinh tế đối với người lao động**

##### **2.2.1.1.1. Về chế độ tiền lương, tiền thưởng.**

Cùng với các đơn vị trực thuộc Tập đoàn, Viễn thông Hải Dương đã triển khai đồng bộ công cụ quản trị theo phương pháp BSC.



Quy chế tiền lương của đơn vị được xây dựng, bổ sung điều chỉnh hàng năm để phù hợp với tình hình sản xuất kinh doanh. Chính sách tiền lương xây dựng trên cơ sở phải đảm bảo vừa là mục tiêu, vừa là động lực của hoạt động sản xuất kinh doanh, cụ thể:

- Tiền lương của người lao động phải gắn với 3 yếu tố: P1 (chức danh công việc), bậc P1 (thể hiện năng lực thực hiện công việc P2) và P3 (kết quả công việc). Sử dụng BSC/KPI là công cụ để đánh giá hiệu quả công việc và quản trị chiến lược thống nhất trong toàn Viễn thông Hải Dương. Áp dụng lương đơn giá nhằm thúc đẩy phát triển và giữ khách hàng, góp phần hoàn thành tốt các chỉ tiêu sản xuất kinh doanh.

- Trả lương thỏa đáng đối với người có tài năng, có trình độ chuyên môn, kỹ thuật, năng suất lao động cao, đóng góp nhiều cho đơn vị; lao động giản đơn được trả lương bằng mức lương tương đương với mặt bằng tiền công của lao động giản đơn trên thị trường, tối đa không cao hơn 30% so với mặt bằng tiền lương trên thị trường lao động.

- Chính sách tiền lương phải gắn với nội dung quản trị nguồn nhân lực khác như: Định hướng phát triển nguồn nhân lực, đào tạo, bồi dưỡng, thu hút tuyển dụng lao động.

Quỹ lương của Viễn thông Hải Dương được tách theo từng khối và có quy định mức tối đa đối với quỹ lương khối quản lý để đảm bảo quỹ tiền lương cho lao động trực tiếp sản xuất.

Cơ cấu tiền lương của người lao động theo các chức danh được Viễn thông Hải Dương quy định như sau:

**Bảng 2.2: Cơ cấu tiền lương theo nhóm của Viễn thông Hải Dương**

Nhóm	Chức danh	Cơ cấu tiền lương		
		Lương duy trì	Lương hiệu quả theo KPI	Lương hiệu quả Đơn giá
Nhóm I	Ban Lãnh đạo VTT, Chuyên viên, nhân viên các phòng chức năng	Tối đa 30%	Tối thiểu 70%	

Nhóm	Chức danh	Cơ cấu tiền lương		
		Lương duy trì	Lương hiệu quả theo KPI	Lương hiệu quả Đơn giá
Nhóm II	Giám đốc, Phó Giám đốc phụ trách các Trung tâm	Tối đa 30%	Tối đa 50%	Tối thiểu 20%
Nhóm III	Khối trực tiếp: Các lao động trực tiếp sản xuất	Tối đa 30%		Tối thiểu 70% (Đơn giá doanh thu, dịch vụ; Đơn giá máy thực tăng; Đơn giá chất lượng dịch vụ)

(Nguồn: Phòng Nhân sự - Tổng hợp, Viễn thông Hải Dương)

Tiền lương hàng tháng trả cho người lao động căn cứ vào kết quả thực hiện các chỉ tiêu KPI (đối với lao động không giao khoán được sản lượng, doanh thu) và kết quả hoàn thành công việc như doanh thu, phát triển máy... (đối với lao động trực tiếp). Gắn tiền lương của khối gián tiếp với kết quả thực hiện nhiệm vụ của khối trực tiếp sản xuất. Trong đó, tiền lương của khối văn phòng gắn với kết quả thực hiện của tất cả các đơn vị trực thuộc, tiền lương của lãnh đạo đơn vị sản xuất nào thì được gắn với kết quả thực hiện của khối trực tiếp sản xuất của đơn vị đó.

Hàng năm, ngoài các khoản phân bổ đồng đều cho người lao động vào dịp truyền thống Ngành (8 triệu/người), ngày Tết dương lịch (12 triệu/người), các ngày lễ, tết khác trong năm (1 triệu/người) từ nguồn quỹ khen thưởng, phúc lợi, chi phí có tính chất phúc lợi của Tập đoàn và của đơn vị, Viễn thông Hải Dương còn khen thưởng cho người lao động với mức từ 0,6 đến 1,15 tùy theo kết quả thực hiện công việc trong năm của người lao động. Bên cạnh đó, người lao động còn được Viễn thông Hải Dương tặng quà nhân ngày sinh nhật, hỗ trợ chi phí tham quan du lịch, các lao động đạt thành tích xuất sắc trong năm được đơn vị đài thọ đi du lịch nước ngoài.

Tất cả tiền lương, thưởng của người lao động đều được cập nhật trên chương trình quản trị nguồn nhân lực chung của Tập đoàn (VNPT HRM) và thông báo đến người lao động qua email nội bộ.

**Bảng 2.3: Bảng giao chỉ tiêu KPI đối với lao động khối quản lý****BIỂU GIAO KPIs CÁ NHÂN****Tháng ..... Năm .....****Họ và tên:** Nguyễn Văn Huế**Vị trí công việc:** Chuyên viên kế toán XDCB

TT	KPIs	Đơn vị tính	Trọng số	Chỉ tiêu giao	Kết quả thực hiện	Hệ số KPI	Cách đánh giá
1	Các công việc thường xuyên: Hoàn thành (chất lượng, khối lượng, tiến độ) các công việc phát sinh thường xuyên (theo bản mô tả công việc)	%	85%	100%		= KQ thực hiện/Chỉ tiêu giao x Tỷ trọng	KQTH = 100% - 5%*01 lần vi phạm
2	Các công việc phát sinh	%	15%				
2.1	Hướng dẫn các TTVT check offline kiểm kê TSCĐ	%	5%	100%		= KQ thực hiện/Chỉ tiêu giao x Tỷ trọng	KQTH = 100% - 3%*01 lần vi phạm
2.2	Lập biên bản bàn giao hiện vật TSCĐ bổ sung cho Net sau ghép thẻ	%	5%	100%		= KQ thực hiện/Chỉ tiêu giao x Tỷ trọng	KQTH = 100% - 3%*01 lần vi phạm
2.3	Phối hợp với TT ĐHTT xử lý chênh lệch sau kiểm kê	%	2%	100%		= KQ thực hiện/Chỉ tiêu giao x Tỷ trọng	KQTH = 100% - 3%*01 lần vi phạm
2.4	Nhận báo cáo điều chuyển TSCĐ là mạng ngoại vi để import vào chương trình kế toán	%	2%	100%		= KQ thực hiện/Chỉ tiêu giao x Tỷ trọng	KQTH = 100% - 3%*01 lần vi phạm
2.5	Báo cáo giám đốc tình hình xử lý TSCĐ thanh lý (cáp, cột, thiết bị)	%	1%	100%		= KQ thực hiện/Chỉ tiêu giao x Tỷ trọng	KQTH = 100% - 3%*01 lần vi phạm

(Nguồn: Phòng Kế toán – Kế hoạch, Viễn thông Hải Dương)

Tiền lương hàng tháng được tính trên chương trình quản trị nguồn nhân lực của Tập đoàn, chuyển đến người lao động qua tài khoản ví VNPT Pay – một dịch vụ của ngành và được thông báo đến tất cả người lao động qua email nội bộ, ví dụ như sau:

**Xin chào Anh/Chị: Phạm Thúy Nga**

Viễn thông Hải Dương/Phòng Nhân sự Tổng hợp trân trọng thông báo khoản thanh toán lương tháng 11/2021 của anh/chị như sau:

STT	NỘI DUNG	SỐ TIỀN (VNĐ)	GHI CHÚ
<b>I</b>	<b>Thu nhập (1+2+3+4)</b>	<b>17.204.572</b>	
1	Lương P1P2	4.336.000	
2	Lương P3	12.138.572	
	Hệ số hoàn thành công việc tháng	1,01	
3	Lương khác	0	
4	Tiền ăn ca	730.000	
<b>II</b>	<b>Các khoản trừ (1+2)</b>	<b>945.000</b>	
1	BHXH, BHYT, BHTN	945.000	
2	Truy thu	0	
<b>III</b>	<b>Tổng thu nhập tháng (III=I-II)</b>	<b>16.259.572</b>	

[Chi tiết xem trên hệ thống VNPT HRM.](#)

Mọi thắc mắc xin vui lòng gửi về Phòng Nhân sự Tổng hợp hoặc cá nhân được phân công nhiệm vụ tiếp nhận tại đơn vị.

*Đây là Email của hệ thống, đề nghị anh/chị không phản hồi lại.*

*Trân trọng cảm ơn!*

Hàng quý, Viễn thông Hải Dương được Tập đoàn bổ sung tiền lương BSC, OKR theo kết quả thực hiện các chỉ tiêu BSC, OKR mà Tập đoàn giao. Từ nguồn tiền đó, Viễn thông Tỉnh phân bổ tiền lương đến các đơn vị trực thuộc căn cứ kết

quả thực hiện BSC của đơn vị, sau đó phân bổ đến người lao động theo tỷ lệ tiền lương hiệu quả đã lĩnh trong kỳ đó.

Việc ứng dụng Công nghệ thông tin và việc sửa đổi bổ sung để hoàn thiện các chỉ tiêu KPI đã giúp cho công tác trả lương của đơn vị được minh bạch, công bằng, người lao động tin tưởng, yên tâm công tác góp phần nâng cao năng suất lao động, hiệu quả sản xuất kinh doanh từ đó thu nhập của người lao động cũng tăng qua các năm.

**Bảng 2.4: Thu nhập bình quân người lao động giai đoạn 2018-2021**

TT	Chỉ tiêu	ĐV tính	Năm 2018	Năm 2019	Năm 2020	Năm 2021
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
1	Số lao động bình quân	Người	326	322	316	315
2	Quỹ tiền lương VT-CNTT được quyết toán	Triệu đồng	61.619	62.511	66.598	72.449
3	Tiền lương bình quân	Tr.đ/người/tháng	15,8	16,2	17,6	19,2
4	Quỹ tiền lương BSC, OKR được Tập đoàn bổ sung quý	Triệu đồng	6.162	6.021	6.701	7.456
5	Quỹ khen thưởng, phúc lợi chi cho người lao động	Triệu đồng	15.934	16.115	16.124	19.421
6	Thu nhập bình quân	Tr.đ/người/tháng	21,4	21,9	23,6	26,3

(Nguồn số liệu: Phòng Nhân sự - Tổng hợp, Viễn thông Hải Dương)

✓ **Đánh giá**

*Ưu điểm:* Về cơ bản, Viễn thông Hải Dương đã có quy chế trả lương rõ ràng, minh bạch, thực sự là động lực cho người lao động nâng cao năng suất lao động, tích cực sản xuất kinh doanh góp phần vào việc hoàn thành và hoàn thành vượt mức các chỉ tiêu của đơn vị được Tập đoàn giao, giữ vững vị trí là nhà cung cấp dịch vụ

Viễn thông số 1 trên địa bàn Tỉnh. Với thu nhập ổn định, đạt mức khá cao trên địa bàn tỉnh cũng như trong khối các Viễn thông Tỉnh, Thành phố trên toàn quốc, người lao động Viễn thông Hải Dương yên tâm công tác, gắn bó, yêu ngành yêu nghề, tận tâm vì đơn vị.

*Hạn chế:* Bộ chỉ tiêu BSC/KPI được Viễn thông Hải Dương áp dụng vào hoạt động quản trị của đơn vị chính thức từ năm 2014. Mặc dù đã được bổ sung, sửa đổi tuy nhiên vẫn còn nhiều chỉ tiêu mang tính định tính, đặc biệt là tại khối phòng ban chuyên môn nghiệp vụ dẫn đến khó khăn khi đánh giá, hầu hết vẫn là bình quân. Mặc dù lao động khối phòng ban chức năng đều có ý thức trách nhiệm trong công việc nhưng việc chưa phân biệt rõ ràng lao động làm tốt và làm chưa tốt cũng ít nhiều ảnh hưởng đến tâm lý người lao động.

Bên cạnh đó, Tập đoàn cũng đã ban hành bộ chỉ số điều hành hàng tháng OKR cho đơn vị. Tuy nhiên, Viễn thông Hải Dương mới chỉ giao BSC quý, chưa có bộ chỉ số OKR tháng. Sản xuất kinh doanh trong môi trường hiện nay việc thường xuyên đánh giá, phân tích các chỉ tiêu đạt được, chưa đạt được là vô cùng quan trọng. Do vậy, hết quý mới có kết quả đánh giá các đơn vị trực thuộc là chưa kịp thời.

#### *2.2.1.1.2. Về chế độ phụ cấp.*

Hầu hết các lao động trực tiếp sản xuất của Viễn thông Hải Dương đều làm việc trong môi trường nặng nhọc độc hại như trèo cao, thường xuyên chịu tác động của điện từ trường, làm việc ngoài trời, tư thế lao động gò bó... Do đó, đơn vị thực hiện đầy đủ chế độ phụ cấp độc hại cho người lao động theo quy định.

Ngoài ra, đặc thù của lao động kỹ thuật là thường xuyên phải di chuyển bằng phương tiện cá nhân, vì vậy đơn vị cũng hỗ trợ cho người lao động một khoản tiền được gọi là tiền công tác phí nội tỉnh căn cứ vào số lượng các thuê bao viễn thông quản lý và diện tích địa bàn được giao quản lý.

Để nâng cao chất lượng mạng di động, Tập đoàn đã giao cho các Viễn thông Tỉnh thực hiện bảo dưỡng cột BTS và các thiết bị trên cột. Đây là công việc đòi hỏi người lao động phải có chứng chỉ làm việc trên cao, được đào tạo và có sức khỏe

tốt. Viễn thông Hải Dương hiện có 394 cột BTS, công tác bảo dưỡng cột định kỳ hàng năm được làm tập trung trong 3 tháng trước mùa mưa bão để đảm bảo an toàn cột và nhà trạm, các tháng khác trong năm chủ yếu thực hiện điều chỉnh thiết bị trên cột để đảm bảo chất lượng sóng. Mỗi Trung tâm Viễn thông bố trí từ 1 đến 2 lao động kỹ thuật địa bàn kiêm nhiệm công việc này. Để động viên người lao động, ngoài chế độ bồi dưỡng đối với lao động làm việc trong điều kiện có yếu tố nguy hiểm, độc hại ở mức cao nhất (mức 4), Viễn thông Hải Dương còn khuyến khích thêm (50.000 đồng/cột BTS/tháng) để người lao động yên tâm làm việc.

**Bảng 2.5: Một số khoản phụ cấp cho lao động trực tiếp sản xuất giai đoạn 2018-2021**

TT	Chỉ tiêu	Đơn vị tính	Năm 2018	Năm 2019	Năm 2020	Năm 2021
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
1	Công tác phí nội tỉnh (mức tối đa)	1.000đ/người/tháng	500	500	350	300
2	Phụ cấp cho lao động làm công việc cột cao	1.000đ/cột BTS/tháng	-	-	-	50
3	Phụ cấp cho tổ trưởng an toàn vệ sinh viên	1.000đ/người/tháng	100	100	100	100
4	Bồi dưỡng đối với lao động làm việc trong điều kiện có yếu tố nguy hiểm, độc hại	1.000đ/người/ca				
	- Mức 1	1.000đ/người/ca	10	10	10	10
	- Mức 4	1.000đ/người/ca	25	25	25	25

(Nguồn số liệu: Phòng Nhân sự - Tổng hợp, Viễn thông Hải Dương)

✓ Đánh giá:

Có thể nói, Viễn thông Hải Dương đã thực hiện đầy đủ các chế độ cho người lao động. Mặc dù hàng năm kế hoạch chi phí thường xuyên đều giảm, nhiều Viễn thông Tỉnh, Thành phố không có nguồn để chi tiền công tác nội tỉnh cho lao động

kỹ thuật địa bàn, nên mặc dù năm 2020, 2021 số tiền có giảm nhưng đây cũng là sự cố gắng, quan tâm của đơn vị đến người lao động.

### 2.2.1.1.3. Về thời giờ làm việc, thời giờ nghỉ ngơi.

#### ➤ Thời giờ làm việc

Thời giờ làm việc của người lao động theo quy định của Nhà nước, pháp luật, được quy định cụ thể tại Nội quy lao động của Tập đoàn và văn bản hướng dẫn của Viễn thông Hải Dương.

- *Thời giờ làm việc bình thường*: không quá 08 giờ trong 01 ngày và không quá 40 giờ trong 01 tuần theo các chế độ sau:

+ Khởi làm việc theo giờ hành chính: sáng từ 7 giờ 00 phút đến 11 giờ 30 phút, chiều từ 13 giờ 30 phút đến 17 giờ 00 phút.

+ Khởi làm việc theo ca sản xuất: Ca làm việc là khoảng thời gian làm việc của người lao động, từ khi bắt đầu nhận nhiệm vụ cho đến khi kết thúc nhiệm vụ và bàn giao nhiệm vụ cho người khác, gồm cả thời gian làm việc và thời gian nghỉ giữa giờ.

Tổ chức làm việc theo ca là việc bố trí ít nhất 02 người thay phiên nhau làm việc trên cùng một vị trí làm việc tính trong thời gian 01 ngày (24 giờ liên tục). Lao động làm việc theo ca sẽ được nghỉ ít nhất 12 giờ trước khi chuyển sang ca làm việc khác.

- *Làm thêm giờ*: đây là khoảng thời gian làm việc ngoài thời giờ làm việc bình thường. Người sử dụng lao động chỉ được sử dụng lao động làm thêm giờ khi được sự đồng ý của người lao động và đảm bảo số giờ làm thêm của người lao động theo đúng quy định của Bộ Luật lao động trừ những trường hợp đặc biệt theo quy định của Pháp luật.

Tuy nhiên hiện nay quản lý lao động theo hiệu quả và tránh tình trạng lao động không đảm bảo năng suất công việc trong giờ làm việc bình thường, đơn vị cũng quy định rõ: Người lao động làm thêm giờ do chưa hoàn thành công việc được phân công trong thời gian làm việc bình thường thì không được tính là làm thêm giờ.



➤ Thời giờ nghỉ ngơi.

- *Nghỉ trong giờ làm việc*: Trường hợp người lao động làm việc theo ca liên tục từ 06 giờ trở lên thì được nghỉ giữa giờ 30 phút liên tục, nếu làm việc vào ban đêm thì được nghỉ giữa giờ 45 phút liên tục và thời gian nghỉ giữa giờ được tính vào giờ làm việc.

- *Nghỉ hàng tuần*:

+ Đối với các phòng ban chức năng thì người lao động được nghỉ hàng tuần vào thứ bảy và chủ nhật.

+ Đối với lao động các Trung tâm trực thuộc: giao cho Giám đốc Trung tâm sắp xếp ngày nghỉ cho mỗi lao động để phù hợp với đặc thù sản xuất kinh doanh nhưng vẫn đảm bảo lao động được nghỉ 2 ngày/tuần.

- *Nghỉ hàng năm (Nghỉ phép)*:

+ Người lao động làm việc đủ 12 tháng (được tính cộng dồn trong hệ thống Công ty mẹ - Công ty con của Tập đoàn) thì được nghỉ hàng năm, cụ thể:

Được nghỉ 12 ngày làm việc đối với người làm công việc trong điều kiện bình thường.

Được nghỉ 14 ngày làm việc đối với người làm công việc nặng nhọc, độc hại nguy hiểm

+ Trường hợp người lao động làm việc chưa đủ 12 tháng thì số ngày nghỉ hàng năm theo tỷ lệ tương ứng với số tháng làm việc.

+ Ngày nghỉ hàng năm được tăng thêm theo thâm niên làm việc. Cứ 5 năm làm việc (được tính cộng dồn trong hệ thống Công ty mẹ - Công ty con của Tập đoàn) thì số ngày nghỉ hàng năm của người lao động được tăng thêm 01 ngày.

+ Số ngày nghỉ của năm nào giải quyết nghỉ dứt điểm trong năm đó. Trường hợp đặc biệt do nhu cầu công tác người lao động không được bố trí nghỉ hết tiêu chuẩn ngày nghỉ trong năm thì có thể được nghỉ bù vào quý 1 của năm sau liền kề

+ Từ năm 2020 trở về trước, trường hợp người lao động chưa nghỉ hết số ngày nghỉ phép năm thì được đơn vị thanh toán tiền lương cho những ngày chưa nghỉ. Từ năm 2021 trở đi, theo Nghị định của Chính phủ quy định chi tiết và

hướng dẫn thi hành một số điều của Bộ luật Lao động về điều kiện lao động và quan hệ lao động thì đơn vị chỉ thực hiện thanh toán tiền lương những ngày chưa nghỉ phép năm hoặc chưa nghỉ hết phép năm đối với trường hợp người lao động thôi việc, bị mất việc làm.

- *Nghỉ lễ, tết; Nghỉ việc riêng hưởng nguyên lương*: đơn vị thực hiện theo quy định của Bộ luật lao động và được ghi cụ thể trong Nội quy lao động.

- *Nghỉ việc riêng không lương; Nghỉ đột xuất*:

+ Căn cứ vào lý do người lao động xin nghỉ không lương mà lãnh đạo đơn vị xem xét, quyết định. Hiện nay, lao động được bố trí sát theo định biên đặc biệt là lao động kỹ thuật địa bàn được chia nhóm, khoán mạng do vậy nếu lý do thực sự chính đáng đơn vị mới cho nghỉ không lương. Tránh tình trạng lao động xin nghỉ không lương để giữ chỗ tại đơn vị còn thực tế đi làm thử tại đơn vị khác. Tuy nhiên hiện nay do thu nhập của người lao động được đảm bảo nên tình trạng xin nghỉ không lương tại đơn vị là không có.

+ Người lao động có thể nghỉ đột xuất khi có các lý do chính đáng được đơn vị quy định chi tiết tại Nội quy lao động.

✓ **Đánh giá:**

*Ưu điểm*: Viễn thông Hải Dương cơ bản thực hiện tốt các quy định của Nhà nước, Bộ luật lao động về thời giờ làm việc, thời giờ nghỉ ngơi đối với người lao động.

*Hạn chế*: Do đặc thù nghề nghiệp nên người lao động nhiều khi phải đến xử lý, sửa chữa cho khách hàng ngoài giờ làm việc, nhất là thời giờ buổi tối khi các hộ gia đình sử dụng dịch vụ nhiều. Điều này cũng ảnh hưởng tới sức khỏe, tâm sinh lý của người lao động.

#### 2.2.1.1.4. Đào tạo, bồi dưỡng nâng cao trình độ.

Tất cả lao động của đơn vị đều được đào tạo, bồi dưỡng nhằm chuẩn hóa theo chức danh, vị trí công việc, giúp nâng cao năng lực thực hiện nhiệm vụ của người lao động để người lao động thành thạo về chuyên môn, nghiệp vụ và có năng lực làm việc chuyên biệt, hiệu quả.

Hàng năm, căn cứ định hướng các khóa học của Tập đoàn cũng như quy hoạch, kế hoạch sử dụng lao động để đơn vị xây dựng kế hoạch đào tạo, bồi dưỡng nhân lực.

Tất cả các lao động của đơn vị đều được tham gia lớp học về an toàn vệ sinh lao động, phòng chống cháy nổ. Các lao động làm công tác bảo dưỡng, lắp đặt dịch vụ còn tham gia các khóa huấn luyện về an toàn trên cao do các giảng viên tại Cục an toàn giảng dạy.

Ngoài các khóa học bồi, dưỡng nâng cao kiến thức nghiệp vụ chuyên môn, các lớp về dịch vụ, kỹ thuật mới thì những năm gần đây đơn vị đã đưa ra hướng dẫn lộ trình học tập theo hệ thống chứng chỉ quốc tế nhằm nâng cao chất lượng đào tạo, phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao hướng tới xây dựng đội ngũ chuyên gia trong các lĩnh vực.

Lộ trình học tập theo hệ thống chứng chỉ quốc tế được công bố rộng rãi, công khai đến tất cả lao động trong đơn vị. Đối với nhân sự có nhu cầu học tập, đơn vị sẽ thẩm định năng lực và cử đi học. Các lao động được đơn vị hỗ trợ hoàn toàn học phí học và lệ phí thi đồng thời khen thưởng, tạo điều kiện, ưu tiên bố trí công việc phù hợp với năng lực cho nhân sự đã thi đạt chứng chỉ quốc tế.

**Bảng 2.6: Số lượt lao động tham gia các chương trình đào tạo và kinh phí đào tạo giai đoạn 2018-2021**

Stt	Chỉ tiêu	Đơn vị tính	Năm 2018	Năm 2019	Năm 2020	Năm 2021
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
	<b>Tổng số lượt người học</b>	<b>Lượt người</b>	<b>585</b>	<b>435</b>	<b>324</b>	<b>347</b>
	<b>Tổng kinh phí đào tạo</b>	<b>Triệu đồng</b>	<b>548</b>	<b>475</b>	<b>319</b>	<b>331</b>
<b>1</b>	<b><i>Đào tạo về lĩnh vực CNTT</i></b>					
	- Số lượt người học	Lượt người	87	155	108	115
	- Kinh phí	Triệu đồng	98	162	120	126

<b>2</b>	<b><i>Đào tạo về lĩnh vực viễn thông</i></b>					
	- Số lượt người học	Lượt người	110	85	42	39
	- Kinh phí	Triệu đồng	194	143	71	66
<b>3</b>	<b><i>Đào tạo về lĩnh vực quản lý</i></b>					
	- Số lượt người học	Lượt người	28	55	30	28
	- Kinh phí	Triệu đồng	60	95	50	48
<b>4</b>	<b><i>Đào tạo về kỹ năng</i></b>					
	- Số lượt người học	Lượt người	360	140	144	165
	- Kinh phí	Triệu đồng	196	75	78	91

(Nguồn số liệu: Phòng Nhân sự - Tổng hợp, Viễn thông Hải Dương)

✓ **Đánh giá:**

Có thể nói Viễn thông Hải Dương đã chú trọng và quan tâm đến công tác đào tạo, nâng cao trình độ nguồn nhân lực. Các nội dung đào tạo được thay đổi, cập nhật thường xuyên để phù hợp với tình hình sản xuất kinh doanh cũng như nhu cầu kiến thức cần bổ sung cho người lao động. Đơn vị đã cơ bản chuẩn hóa nguồn nhân lực theo các vị trí chức danh công việc. Do đó, người lao động có kiến thức, kỹ năng để đáp ứng yêu cầu công việc từ đó nâng cao năng suất lao động, thu nhập, chất lượng cuộc sống được cải thiện. Đặc biệt, công tác đào tạo trong lĩnh vực CNTT và quản lý được quan tâm rõ rệt. Lãnh đạo các Trung tâm 100% là lao động kỹ thuật do vậy kiến thức, kỹ năng về quản lý kinh tế tài chính còn hạn chế. Do vậy, trong những năm gần đây đơn vị tăng cường đào tạo kỹ năng quản lý cho đối tượng này.

Chi phí đào tạo thực tế hàng năm thường đạt 100% kế hoạch nhưng năm 2020, 2021 do ảnh hưởng của dịch bệnh Covid nên các khóa đào tạo trực tiếp phần lớn không tổ chức được, đơn vị chỉ sử dụng hết 70% nguồn kế hoạch. Do vậy, đơn vị cần có các giải pháp đào tạo, bồi dưỡng linh hoạt hơn, chuyển sang các khóa đào tạo từ xa trực tuyến.

#### 2.2.1.2. Nghĩa vụ kinh tế đối với cộng đồng xã hội

Với vai trò là nhà cung cấp dịch vụ Viễn thông – Công nghệ thông tin hàng đầu trên địa bàn tỉnh, Viễn thông Hải Dương luôn đảm bảo hoạt động ổn định mạng lưới, cung cấp thông tin liên lạc thông suốt, chất lượng cho hoạt động lãnh đạo, chỉ đạo của các cấp chính quyền, cho hoạt động sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp và đời sống của người dân trên địa bàn tỉnh.

Để đảm bảo hoạt động ổn định mạng thông tin liên lạc, Viễn thông Hải Dương luôn bám sát, đôn đốc việc tối ưu sử dụng thiết bị hiệu quả và phối hợp với Tổng công ty hạ tầng mạng (VNPT Net) để mở rộng mạng lưới một cách kịp thời đảm bảo nhu cầu sản xuất kinh doanh.

- Về dịch vụ: Viễn thông Hải Dương có trên 20.000 thuê bao cố định IMS, 165.000 thuê bao băng rộng cố định, 65.000 thuê bao MyTV, trên 2.000 đường Megawon, Metronet, Truyền số liệu.

- Về nhà trạm: Viễn thông Hải Dương có 394 trạm di động, trong đó: 394 trạm 3G và 390 trạm 4G. Đơn vị thường xuyên gia cố, bảo dưỡng các cột anten đảm bảo an toàn trong mùa mưa bão.

- Về mạng ngoại vi: Tổng số km cáp quang đường trục là 957 km, số cáp quang ngoại vi đầu nối các thuê bao là 5680 km và trên 2400 km cống bể đáp ứng nhu cầu cung cấp thuê bao băng rộng cố định đến tất cả các khu vực trên địa bàn toàn tỉnh đảm bảo chất lượng. Công tác bảo dưỡng mạng lưới và kiểm tra sau bảo dưỡng luôn được chú trọng quan tâm. Đây là một trong những chỉ tiêu KPI quan trọng khi giao, đánh giá BSC/KPI đối với các Trung tâm và người lao động.

- Về chất lượng mạng lưới: Viễn thông Hải Dương rất quan tâm đến công tác chất lượng, do vậy các chỉ tiêu chất lượng ngày càng được cải thiện, đạt tiêu chuẩn chất lượng của Tập đoàn giao: Tỷ lệ thuê bao GPON suy hao cao đạt 0,05% (Tập đoàn giao <0,1%); Độ ổn định cung cấp dịch vụ di động và băng rộng cố định đạt 100%; Tổng số khách hàng khảo sát hài lòng với chất lượng dịch vụ cung cấp luôn > 98%; Tỷ lệ phối hợp xử lý phiếu yêu cầu đúng hạn đạt 100% (Quy định của Tập đoàn >=95%).

- Về lĩnh vực công nghệ thông tin: Viễn thông Hải Dương luôn sát cánh cùng với các cấp chính quyền của Tỉnh trong chuyển đổi số. Với vai trò là đối tác chiến lược của tỉnh Hải Dương, giai đoạn 2017- 2021, bằng nguồn lực và thế mạnh công nghệ, Viễn thông Hải Dương đã tích cực hỗ trợ Tỉnh xây dựng một nền tảng hạ tầng số mạnh, hệ sinh thái số phong phú đáp ứng nhu cầu phát triển kinh tế xã hội, triển khai Chính quyền điện tử

Năm 2021, tỉnh Hải Dương đứng thứ 14 trong toàn quốc về chuyển đổi số, thứ hạng về chính quyền số, kinh tế số, xã hội số của tỉnh Hải Dương so với cả nước lần lượt là 22, 9, 13. Những thứ hạng này là minh chứng cho thấy sự nỗ lực của tỉnh Hải Dương trong việc đẩy mạnh chuyển đổi số các lĩnh vực trong mấy năm vừa qua. Trong hành trình chuyển đổi số đó của tỉnh Hải Dương luôn có sự đồng hành của VNPT và Viễn thông Hải Dương

Theo nội dung hợp tác giai đoạn 2022-2025 vừa được UBND tỉnh Hải Dương và VNPT ký kết ngày 26/3/2022, trên cơ sở kế thừa và phù hợp với các nhiệm vụ, dự án đã được triển khai và phù hợp với Kiến trúc Chính quyền điện tử tỉnh Hải Dương, VNPT sẽ tham vấn cho Tỉnh xây dựng, triển khai các giải pháp hệ sinh thái đồng bộ, thông minh trong các lĩnh vực ưu tiên như y tế, giáo dục, du lịch, lao động – thương binh – xã hội, nông nghiệp và tài nguyên môi trường.

✓ Đánh giá:

Viễn thông Hải Dương luôn duy trì hoạt động ổn định mạng lưới, đảm bảo an toàn an ninh thông tin liên lạc phục vụ sự chỉ đạo, điều hành của Đảng, Nhà nước, Chính quyền địa phương. Công tác quy hoạch, mở rộng mạng lưới, đảm bảo chất lượng dịch vụ được quan tâm thường xuyên, đảm bảo phục vụ nhu cầu của doanh nghiệp và nhân dân trong tỉnh.

Có thể nói, Viễn thông Hải Dương đã và đang tham gia tích cực vào công cuộc xây dựng kinh tế, góp phần đảm bảo an sinh xã hội của địa phương.

### **2.2.2. Nghĩa vụ pháp lý**

2.2.2.1. Tuân thủ quy định của pháp luật chính sách BHXH, BHYT, BHTN, KPCĐ

Viễn thông Hải Dương luôn tuân thủ các quy định của pháp luật về chính sách bảo hiểm bắt buộc cho người lao động. Đơn vị đóng bảo hiểm bắt buộc cho người lao động theo tháng, định kỳ 6 tháng thực hiện niêm yết công khai thông tin về đóng bảo hiểm cho người lao động biết và theo dõi. Các lao động thuê lại cũng được đơn vị đóng bảo hiểm đầy đủ, đảm bảo quyền lợi như lao động chính thức của đơn vị. Công tác thanh toán chế độ bảo hiểm như ốm đau, thai sản.. kịp thời, đúng quy định. Viễn thông Hải Dương hàng năm đều được cơ quan Bảo hiểm xã hội Tỉnh khen thưởng trong công tác nộp đúng, nộp đủ, đảm bảo quyền lợi cho người lao động.

Ngoài ra, Viễn thông Hải Dương cũng rất quan tâm đến sức khỏe cho người lao động. Hàng năm đơn vị phối hợp chặt chẽ với Bệnh viện Bưu điện I và Ban bảo vệ sức khỏe của Tỉnh tổ chức khám sức khỏe định kỳ cho người lao động, kịp thời phát hiện bệnh, bệnh nghề nghiệp, điều trị tại chỗ hoặc đưa đi về bệnh viện tiếp tục xử lý chuyên sâu. Chính vì vậy sức khỏe cán bộ công nhân viên được chăm sóc tốt, tỷ lệ sức khỏe loại I và II chiếm hơn 96%. Người lao động có sức khỏe không đạt yêu cầu, lao động sau ốm đau, tai nạn lao động được đi điều dưỡng tại Viện Điều dưỡng và phục hồi chức năng Bưu điện I, sớm đưa người không đảm bảo sức khỏe trở lại sản xuất.

**Bảng 2.7: Các khoản chi BHBB, KPCĐ giai đoạn 2018-2021**

STT	Chỉ tiêu	Đơn vị tính	Năm 2018	Năm 2019	Năm 2020	Năm 2021
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
1	Đóng góp của đơn vị vào BHXH, BHYT, BHTN, KPCĐ	Triệu đồng	5.097	5.566	6.028	6.168
2	BHXH trả thay lương	Triệu đồng	153	67	70	18
3	Chi chăm sóc sức khỏe cho người lao động	Triệu đồng	131	258	255	84
4	Số lao động được đi điều dưỡng	Người	27	30	30	30

(Nguồn số liệu: Phòng Nhân sự - Tổng hợp, Viễn thông Hải Dương)

✓ Đánh giá: Viễn thông Hải Dương thực hiện đầy đủ, nghiêm chỉnh các quy định của pháp luật về bảo hiểm bắt buộc, tạo tâm lý ổn định, tin tưởng cho người lao động yên tâm làm việc. Bên cạnh đó, đơn vị còn chăm lo tới sức khỏe người lao động. Trong năm 2021, do dịch bệnh bùng phát liên tục tại tỉnh Hải Dương nên đơn vị chỉ tổ chức khám được cho một số lao động. Tuy nhiên, sang năm 2022, ngoài việc khám sức khỏe cho tất cả lao động như hàng năm theo quy định, đơn vị đã xây dựng kế hoạch khám sức khỏe hậu Covid-19 cho các lao động bị nhiễm Covid.

#### 2.2.2.2. Đảm bảo an toàn lao động, vệ sinh lao động

Với đặc thù công việc phải tác nghiệp trên cột cao, tham gia giao thông liên tục... do vậy, người công nhân thường xuyên đối mặt với các nguy cơ xảy ra tai nạn lao động, tai nạn giao thông. Chính vì vậy, công tác đảm bảo an toàn lao động, vệ sinh lao động, phòng chống cháy nổ được Viễn thông Hải Dương đặc biệt quan tâm.

Tất cả lao động trực tiếp sản xuất đều được huấn luyện về an toàn hàng năm, tại mỗi tổ sản xuất đều có một lao động phụ trách công tác an toàn và được hưởng phụ cấp trách nhiệm. Công tác an toàn vệ sinh lao động, phòng chống cháy nổ được Viễn thông Hải Dương kiểm tra định kỳ hàng quý, kiểm tra đột xuất và được tính vào BSC của đơn vị. Hàng ngày, các lao động trực tiếp sản xuất trước khi được giao việc phải trả lời đúng ít nhất 3/5 câu hỏi về an toàn lao động trên chương trình điều hành sản xuất. Việc này giúp cho người lao động có kiến thức, kỹ năng và nâng cao ý thức trong công tác đảm bảo an toàn lao động, an toàn giao thông.

Hàng năm, Viễn thông Hải Dương trang bị đầy đủ phương tiện bảo hộ lao động như mũ chống chấn thương, dây an toàn, giày bảo hộ, bút thử điện, găng tay, áo mưa... cho người lao động, chậm nhất đến hết quý 1 trong năm phải trang bị đầy đủ.

Công tác 5S (Sàng lọc - Sắp xếp - Sạch sẽ - Săn sóc - Sẵn sàng) được triển khai rộng khắp đến tất cả các tổ, nhóm sản xuất và người lao động. Phong trào thi đua “Xanh – Sạch – Đẹp, đảm bảo An toàn Vệ sinh lao động” được chuyên môn, công đoàn phát động thực hiện. Hàng năm, có tổng kết đánh giá và khen thưởng.



Mặc dù đơn vị rất quan tâm đến công tác an toàn, tuy nhiên tai nạn lao động hoặc tai nạn giao thông được coi là tai nạn lao động vẫn còn xảy ra trong các năm vừa qua, bình quân mỗi năm 01 vụ. Người lao động bị tai nạn lao động được đơn vị cùng gia đình đưa đi sơ cấp cứu kịp thời, thanh toán phần chi phí đồng chi trả và những chi phí không nằm trong danh mục do bảo hiểm y tế chi trả, trả đủ tiền lương cho người lao động bị tai nạn lao động phải nghỉ việc trong thời gian điều trị; bồi thường cho người lao động theo quy định của pháp luật và làm các thủ tục thanh toán chế độ bảo hiểm tai nạn lao động cho người lao động. Sau khi sức khỏe người lao động ổn định, đơn vị đưa đi giám định sức khỏe. Căn cứ vào tỷ lệ thương tật sau giám định đơn vị sẽ bố trí công việc phù hợp.

**Bảng 2.8: Các khoản chi Bảo hộ lao động giai đoạn 2018-2021**

Stt	Chỉ tiêu	Đơn vị tính	Năm 2018	Năm 2019	Năm 2020	Năm 2021
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
1	Chi bảo hộ lao động	Triệu đồng	1.215	1.365	1.208	1.213
1.1	<i>Đồng phục</i>	<i>Triệu đồng</i>	630	762	708	711
1.2	<i>Phương tiện bảo vệ cá nhân</i>	<i>Triệu đồng</i>	312	326	303	303
1.3	<i>Chi bảo hộ lao động khác</i>	<i>Triệu đồng</i>	273	277	197	199

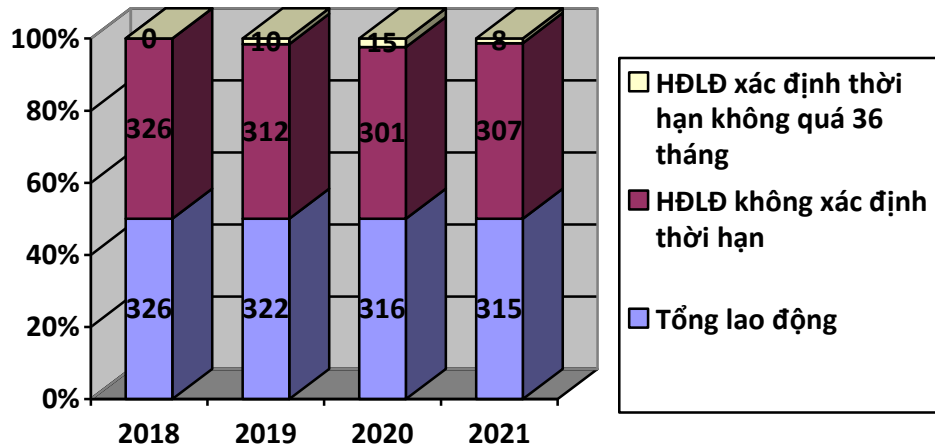
(Nguồn số liệu: Phòng Kế toán – Kế hoạch, Viễn thông Hải Dương)

✓ Đánh giá: Viễn thông Hải Dương chấp hành nghiêm chỉnh quy định về bảo hộ lao động, vệ sinh an toàn lao động, đảm bảo đầy đủ quyền lợi cho người lao động.

#### 2.2.2.3. Thực hiện Hợp đồng lao động

Tất cả các lao động đang sử dụng tại Viễn thông Hải Dương đều được ký hợp đồng lao động (HĐLĐ), trong đó chủ yếu là loại HĐLĐ không xác định thời

hạn, HĐLĐ xác định thời hạn không quá 36 tháng chiếm tỷ lệ rất nhỏ. Với tỷ lệ HĐLĐ như vậy, Viễn thông Hải Dương có một số lượng lao động dài hạn lớn, ổn định cho sản xuất.



**Hình 2.1: Các loại Hợp đồng lao động tại Viễn thông Hải Dương**

Ký kết HĐLĐ là bước thứ 20 trong 21 bước của quy trình tuyển dụng do Tập đoàn ban hành và đơn vị đang thực hiện. Căn cứ vào kết quả thử việc, phòng Nhân sự - Tổng hợp tiến hành các thủ tục để Giám đốc đơn vị ký HĐLĐ xác định thời hạn với người lao động. Hợp đồng xác định thời hạn chỉ có thể ký 2 lần, sau 2 lần ký HĐLĐ xác định thời hạn nếu đơn vị vẫn có nhu cầu tiếp tục sử dụng lao động thì sẽ ký HĐLĐ không xác định thời hạn. Có thể thấy quy trình ký kết HĐLĐ tại Viễn thông Hải Dương tương đối chặt chẽ. Tuy nhiên, trong quy trình không nói rõ thời gian thử việc cũng như số lần được thử việc để đảm bảo quy định của pháp luật lao động cũng như quyền lợi của người lao động.

Đơn vị căn cứ vào HĐLĐ mẫu của Tập đoàn và nghiên cứu các quy định của Nhà nước để soạn thảo và ký kết HĐLĐ với người lao động. HĐLĐ gồm 8 điều, có đầy đủ các nội dung theo quy định tại Điều 21 Bộ Luật lao động năm 2019, nêu cụ thể, rõ ràng về quyền lợi và nghĩa vụ của người lao động và người sử dụng lao động. Mỗi HĐLĐ đều có bản mô tả công việc kèm theo. Nếu người lao động làm việc có liên quan trực tiếp đến các bí mật kinh doanh, bí mật công nghệ theo quy định của pháp luật, quy định của Tập đoàn, đơn vị thì người sử dụng lao động thỏa

thuận với người lao động về nội dung bảo vệ bí mật trong HĐLĐ, trường hợp thời hạn bảo vệ bí mật ngoài thời hạn hợp đồng thì lập thành văn bản ngoài hợp đồng.

Tuy nhiên, ở một khía cạnh khác là vấn đề liên quan đến bảo mật thông tin cá nhân người lao động chưa được người sử dụng và người lao động quan tâm và cũng không được đưa vào trong nội dung của HĐLĐ. Đây là thực trạng chung ở rất nhiều doanh nghiệp trong đó có Viễn thông Hải Dương. Người lao động vẫn tự mặc định rằng việc mình cung cấp thông tin cho người sử dụng lao động là điều đương nhiên và không yêu cầu vấn đề cam kết bảo mật thông tin cá nhân trong HĐLĐ. Người sử dụng lao động thường thu thập thông tin cá nhân của người lao động với một số mục đích như: tuân thủ pháp luật, giải quyết chế độ chính sách, đào tạo, thăng tiến, hỗ trợ lựa chọn việc làm ... Nhiều luật quốc gia và các tiêu chuẩn quốc tế đã thiết lập quy trình ràng buộc để xử lý dữ liệu cá nhân để bảo vệ nhân phẩm của người lao động, bảo vệ sự riêng tư, bảo đảm quyền cơ bản để xác định ai có thể sử dụng dữ liệu, sử dụng dữ liệu nào, cho mục đích gì và điều kiện nào. Chính vì vậy, theo ILO – Tổ chức Lao động Quốc tế quy định về bảo mật thông tin cá nhân cũng là một trong những nội dung quan trọng nên được đưa vào HĐLĐ để đảm bảo tính bảo mật của những thông tin về người lao động mà người sử dụng lao động thu thập được.

✓ **Đánh giá:** Viễn thông Hải Dương đã thực hiện đầy đủ quy định của Bộ luật lao động về giao kết và nội dung hợp đồng lao động với người lao động. Tuy nhiên, đối với nội dung bảo mật thông tin cá nhân người lao động, đơn vị có thể xem xét đưa ra quy định riêng cho nội dung này để người lao động tin tưởng, yên tâm công tác.

### **2.2.3. Nghĩa vụ đạo đức**

#### **2.2.3.1. Nghĩa vụ đạo đức trong việc đảm bảo an toàn cho cộng đồng.**

Trong những năm qua, do tốc độ phát triển mạnh mẽ của dịch vụ viễn thông, internet, truyền hình... mạng lưới được mở rộng dẫn đến tình trạng số lượng cáp treo trên các cột điện tăng nhanh. Nếu không được làm gọn sẽ gây mất mỹ quan đô thị, tiềm ẩn nguy cơ mất an toàn thông tin, lưới điện. Bên cạnh đó, khi nâng cấp hạ

tầng, chuyển đổi từ cáp đồng sang cáp quang, nếu doanh nghiệp không tiến hành thu hồi, loại bỏ các tuyến cáp cũ treo trên cột sẽ làm ảnh hưởng đến công tác vận hành mạng lưới, gây mất an toàn cho người và phương tiện tham gia giao thông

Nhận thức được vấn đề đó, trong những năm qua Viễn thông Hải Dương quan tâm đến công tác chỉnh trang, làm gọn gàng mạng lưới. Tất cả các đơn vị trực thuộc phải lên kế hoạch thực hiện thu hồi dây cũ không sử dụng, dịch chuyển và xóa bỏ những cột cáp không cần thiết gây mất mỹ quan đô thị, treo biển nhận diện cáp viễn thông đang sử dụng, căng, kích, nâng độ cao và bó gọn các dây cáp thuê bao kéo về nhà các hộ dân để đảm bảo mỹ quan, an toàn ... Đối với những vị trí cột không sử dụng, cột có tiềm ẩn nguy cơ mất an toàn cao, cột không đảm bảo chất lượng, Viễn thông Hải Dương đã thực hiện thu hồi, thay thế hoặc gia cố. Với các tuyến cáp viễn thông đi nhờ trên cột điện lực, đơn vị đã phối hợp với điện lực địa phương thống nhất kế hoạch triển khai thực hiện làm gọn, đảm bảo an toàn mạng lưới, tài sản của nhà nước và an toàn cho người lao động. Về cơ bản đơn vị đã thu hồi xong cáp đồng với tỷ lệ thu hồi đạt trên 97%, tuy nhiên tỷ lệ thu hồi dây thuê bao còn rất thấp, chỉ đạt 10%.

Bên cạnh đó, Viễn thông Hải Dương còn tiến hành ngầm hóa cáp viễn thông đối với các trục chính, các tuyến truyền dẫn. Hầu hết tuyến phố chính trên địa bàn thành phố Hải Dương, hệ thống dây cáp đã được ngầm hóa hoàn toàn, không còn cảnh “mạng nhện” giăng khắp phố phường như trước, tạo cảnh quan văn minh, lịch sự. Tuy nhiên, tỷ lệ ngầm hóa còn thấp, tỷ lệ ngầm hóa các tuyến phố trên tổng số tuyến phố chưa được ngầm hóa đạt 15%, chủ yếu tập trung tại địa bàn thành phố Hải Dương, thành phố Chí Linh và thị xã Kinh Môn.

#### 2.2.3.2. Nghĩa vụ đạo đức trong việc bảo vệ môi trường.

Hiện nay, rác thải nhựa đang là vấn đề nhức nhối mang tính toàn cầu, tác động tiêu cực đến hệ sinh thái, môi trường sống, sức khỏe con người và sự phát triển bền vững của mỗi quốc gia. Để giảm thiểu chất thải nhựa, Viễn thông Hải Dương đã phát động phong trào “Chống rác thải nhựa-vì một hành tinh xanh” đến tất cả người lao động trong đơn vị. Đơn vị không sử dụng túi, chai, cốc, ống hút và

các vật dụng khác làm từ nhựa dùng một lần tại các cuộc họp, hội nghị, đào tạo, tập huấn và các hoạt động khác của đơn vị.

Công đoàn cùng với Đoàn thanh niên tuyên truyền, vận động người lao động nâng cao nhận thức, ý thức tự giác, trách nhiệm trong việc bảo vệ môi trường, chống rác thải nhựa, thực hiện giảm thiểu và tiến tới không sử dụng sản phẩm nhựa dùng một lần, túi nilon khó phân hủy.

#### 2.2.3.3. Nghĩa vụ đạo đức trong việc đáp ứng yêu cầu của khách hàng.

Với triết lý: chất lượng là linh hồn, Viễn thông Hải Dương luôn xác định chất lượng các dịch vụ, chất lượng phục vụ là một trong những yếu tố hàng đầu tạo nên sự khác biệt có ưu thế trong cạnh tranh cũng như là giá trị của Viễn thông Hải Dương trên thị trường.

Viễn thông Hải Dương chú trọng đến nâng cao chất lượng ở cả 3 công đoạn, đó là: tiếp nhận, lắp đặt và sửa chữa, bảo dưỡng. Khi nhận được yêu cầu của khách hàng lắp đặt mới hay sửa chữa (được thông báo qua app trên máy di động), nhân viên kỹ thuật phải gọi lại để hẹn thời gian đến gặp khách hàng với quy định 100% khách hàng được hẹn trong vòng 60 phút, 80% khách hàng được hẹn trong vòng 20 phút. Thời gian hẹn và thời gian hoàn thành công việc đều phải nhập trên chương trình điều hành sản xuất. Bộ phận chăm sóc khách hàng sẽ gọi kiểm toàn bộ. Nếu nhân viên kỹ thuật không đảm bảo tỷ lệ hẹn theo quy định trên hoặc không hẹn khách hàng nhưng vẫn nhập trên chương trình là có hẹn sẽ bị giảm KPI và bị đánh giá không hoàn thành nhiệm vụ (lao động không hoàn thành nhiệm vụ 03 lần trong thời gian 12 tháng liên tục sẽ bị xử lý kỷ luật theo quy định).

Khi có yêu cầu lắp đặt mới dịch vụ, khách hàng không cần phải ra các điểm giao dịch, nhân viên Viễn thông Hải Dương đến tận nhà khách hàng làm hợp đồng và thu tiền sau khi đã lắp đặt cho khách hàng. Trên các thiết bị lắp đặt như modem hay settopbox đều có tem dán ghi số điện thoại của tổng đài chăm sóc khách hàng, tên và số điện thoại của nhân viên kỹ thuật phụ trách địa bàn để khách hàng thuận lợi khi cần liên lạc. Thời gian thiết lập dịch vụ, thời gian xử lý sự cố đều ngày càng được rút ngắn, tạo niềm tin, sự hài lòng của khách hàng.

Trong hai năm vừa qua, tỉnh Hải Dương chịu ảnh hưởng rất lớn của dịch covid. Trong thời điểm dịch bệnh, thông tin liên lạc là vô cùng quan trọng để đảm bảo cho hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp, việc học tập của học sinh sinh viên, công tác lãnh đạo chỉ đạo của chính quyền các cấp. Do đó, cán bộ công nhân viên của đơn vị vẫn đi làm bình thường. Các khu vực bị phong tỏa do có người nhiễm bệnh hay các khu cách ly tập trung khi có phát sinh nhu cầu lắp mới hay xử lý sự cố đều được nhân viên kỹ thuật của đơn vị phục vụ kịp thời, tận tình. Chính điều này đã tạo nên ấn tượng tốt trong lòng khách hàng.

**Biểu 2.9: Một số chỉ tiêu chất lượng tại Viễn thông Hải Dương**

Stt	Chỉ số	Năm 2018	Năm 2019	Năm 2020	Năm 2021
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
1	Độ hài lòng khách hàng	98,65%	99,30%	99,24%	98,30%
2	Tỷ lệ xử lý sự cố dịch vụ đúng hạn	99,10%	99,60%	99,88%	99,84%
3	Tỷ lệ thiết lập dịch vụ đúng hạn	99,50%	99,82%	99,87%	99,91%
4	Độ ổn định cung cấp dịch vụ di động, băng rộng cố định	100%	95%	100%	100%
5	Xử lý phản ánh khách hàng và tối ưu chất lượng dịch vụ di động	63,77%	60,38%	79,31%	82,35%

(Nguồn số liệu: Phòng Kỹ thuật - Đầu tư, Viễn thông Hải Dương)

✓ Đánh giá: Viễn thông Hải Dương luôn xác định khách hàng là nguồn sống của doanh nghiệp do đó phấn đấu thực hiện ngày càng tốt hơn mong muốn của khách hàng. Hầu hết các chỉ tiêu chất lượng của đơn vị đều đạt và vượt mức quy định của Tập đoàn, đơn vị phấn đấu năm 2022 tỷ lệ thiết lập dịch vụ đạt 100%. Tuy nhiên, chỉ tiêu về độ hài lòng của khách hàng đang xấu đi, giảm dần qua các năm và chỉ tiêu về tối ưu chất lượng dịch vụ di động mặc dù đã được cải thiện qua các năm nhưng mới đạt ở mức điểm 3/5.

#### **2.2.4. Nghĩa vụ nhân văn**

Các thể hệ cán bộ công nhân viên ngành Bưu điện nói chung và Viễn thông Hải Dương nói riêng luôn coi “Nghĩa tình” là nguồn cội của sự phát triển toàn diện của Ngành. Kế thừa và phát huy truyền thống đó, CBCNV của Viễn thông Hải Dương đã, đang và luôn có những hành động thiết thực trong mọi hoàn cảnh, mọi điều kiện, đặc biệt là trong giai đoạn đất nước đang cùng chống đại dịch COVID-19. Đơn vị đã ủng hộ Quỹ phòng chống Covid19 của tỉnh 02 tỷ đồng, vận động toàn thể CBCNV tham gia ủng hộ các địa phương trong công tác phòng chống dịch và mua vaccine với số tiền trên 1 tỷ đồng, ủng hộ máy tính cho học sinh theo chương trình “Sóng và máy tính cho em” 787,5 triệu đồng, ủng hộ nhân dân các tỉnh Miền nam ảnh hưởng do dịch Covid-19 do Tập đoàn và Công đoàn VNPT phát động. Cùng với đó, Viễn thông Hải Dương còn chủ trương ủng hộ lắp đặt miễn phí đường truyền, hệ thống wifi cho các khu cách ly tập trung, bệnh viện dã chiến trên địa bàn...

Với tinh thần tương thân tương ái, cảm thông và sẻ chia khó khăn với cộng đồng, hàng năm Viễn thông Hải Dương luôn có các hoạt động từ thiện, nhân đạo trên tinh thần trách nhiệm đối với xã hội, hướng về cộng đồng, phát huy truyền thống lá lành đùm lá rách, đóng góp cho Quỹ vì người nghèo, Quỹ đền ơn đáp nghĩa của Tỉnh.

Đơn vị hỗ trợ thường xuyên cho 55 gia đình có hoàn cảnh đặc biệt khó khăn do nạn nhân chất độc da cam, hỗ trợ một lần cho nhiều gia đình tạo điều kiện ổn định cuộc sống, tặng 07 nhà Đại đoàn kết cho các đối tượng nghèo, tặng 60 xe lăn cho các đối tượng có hoàn cảnh khó khăn với tổng số tiền hơn 400 triệu đồng, tặng hàng trăm suất quà cho học sinh, sinh viên tại các trường trên địa bàn có thành tích cao trong học tập với tổng số tiền trên 100 triệu đồng. Sau khi hai mẹ Việt Nam anh hùng tại tỉnh Bến Tre mà đơn vị phụng dưỡng qua đời do tuổi cao, sức yếu, đơn vị tiếp tục nhận phụng dưỡng một mẹ Việt Nam anh hùng tại huyện Tứ Kỳ.

Ngoài ra, hàng năm đơn vị còn tổ chức thăm hỏi, tặng quà các đối tượng hưu trí ngành nhân dịp ngày Tết, ngày truyền thống Ngành, hỗ trợ kinh phí hoạt động

cho Hội hưu trí Ngành, tổ chức cho CBCNV đã nghỉ hưu hàng năm đi điều dưỡng tại Bệnh viện điều dưỡng và Phục hồi chức năng Bưu điện tại Đồ Sơn-Hải Phòng.

✓ **Đánh giá:** Những việc làm của Viễn thông Hải Dương đã được người dân trên địa bàn tỉnh đánh giá cao và quan trọng hơn cả là hình ảnh - VNPT hướng đến cộng đồng - đã được đón nhận với tình cảm trân trọng.

Các hoạt động thiện nguyện của Viễn thông Hải Dương không chỉ giúp đỡ về vật chất, tinh thần cho các đối tượng chính sách, khó khăn mà còn có tác dụng sâu sắc trong việc giáo dục cho người lao động về tình cảm, mối quan hệ xã hội tốt đẹp đối với đồng bào, đồng nghiệp. Qua đó, kết tinh những tấm lòng nhân ái, “Vì mái nhà chung VNPT hướng về cộng đồng” luôn được các thể hệ cán bộ, công nhân viên, người lao động Viễn thông Hải Dương hướng đến.

### ***2.2.5. Điều tra khảo sát thực hiện trách nhiệm xã hội tại Viễn thông Hải Dương***

Để phân tích đánh giá thực trạng thực hiện trách nhiệm xã hội tại Viễn thông Hải Dương, tác giả luận văn sử dụng phương pháp nghiên cứu định lượng và dữ liệu sơ cấp thu được thông qua khảo sát 177 lao động đang làm việc tại Viễn thông Hải Dương. Các câu hỏi khảo sát được tác giả thiết kế theo thang đo Likert 5 điểm. Với 168 phiếu khảo sát hợp lệ thu về trong thời điểm nghiên cứu từ 12/2021 đến tháng 02/2022. Quá trình nghiên cứu được chia làm 3 giai đoạn như sau:

- *Giai đoạn 1:* Nghiên cứu sơ bộ. Quá trình này gồm tìm kiếm những thông tin về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp thông qua các tài liệu như sách, giáo trình, tạp chí... Từ đó, tổng hợp và chọn lọc khung lý thuyết và bảng hỏi thử.

- *Giai đoạn 2:* Nghiên cứu thử nghiệm. Tiến hành khảo sát điều tra thử 30 người đang làm việc tại Viễn thông Hải Dương. Xử lý số liệu giai đoạn khảo sát. Từ nghiên cứu thử nghiệm, tác giả tiến hành điều chỉnh nội dung câu hỏi sao cho phù hợp nhất với mục đích nghiên cứu và khẳng định có các nội dung cần đánh giá về thực hiện trách nhiệm xã hội của đơn vị.

- *Giai đoạn 3:* Khảo sát chính thức. Sử dụng công thức Slovin với sai số 5% để xác định kích thước mẫu. Với kích thước mẫu 177 người, tác giả gửi phiếu khảo

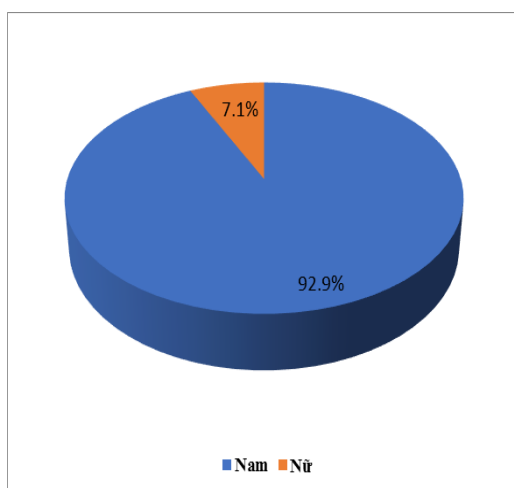


sát tới 177 người và thu về 168 phiếu hợp lệ. Bảng hỏi để điều tra khảo sát xem tại Phụ lục 1.

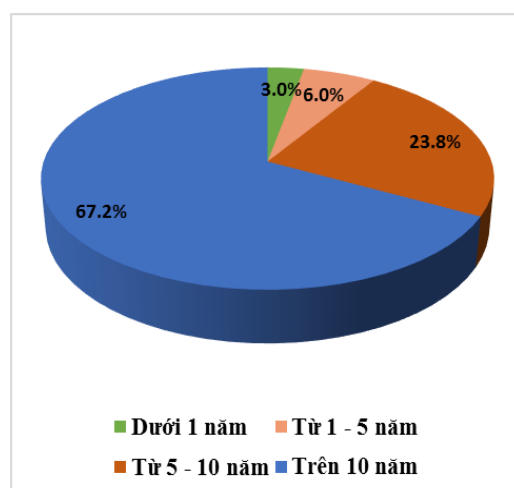
❖ **Đặc điểm của mẫu khảo sát**

Mẫu khảo sát được phân ra theo giới tính (nam, nữ); theo thâm niên công tác (dưới 1 năm; 1 đến 5 năm; 5 đến 10 năm và trên 10 năm); theo trình độ học vấn (sơ cấp; trung cấp và cao đẳng; đại học; sau đại học); theo vị trí công việc (công nhân/nhân viên; tổ trưởng; chuyên viên; quản lý cấp trung: trưởng/phó phòng, giám đốc/phó giám đốc trung tâm).

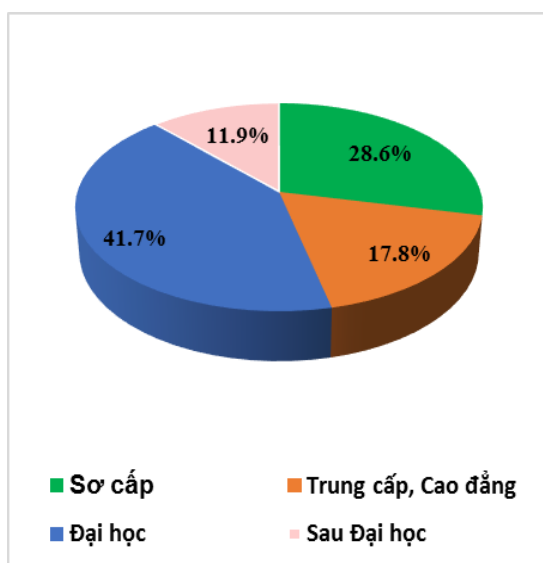
Sử dụng công cụ vẽ biểu đồ của phần mềm Excel ta được kết quả như sau:



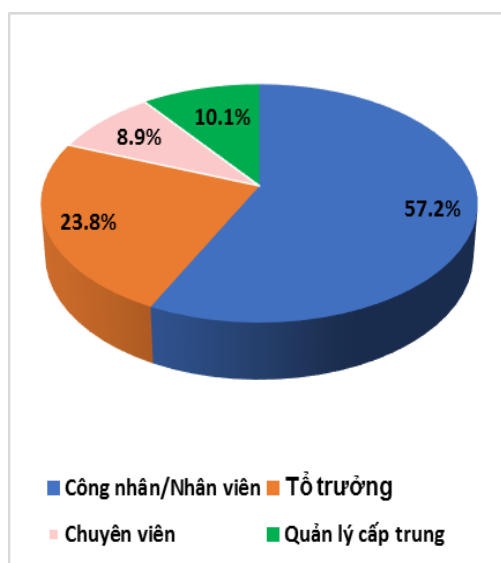
**Hình 2.2: Phân loại theo giới tính**



**Hình 2.3: Phân loại theo thâm niên**



**Hình 2.4: Phân loại theo trình độ**



**Hình 2.5: Phân loại theo vị trí công việc**

Với đặc thù ngành kỹ thuật, lao động tại Viễn thông Hải Dương phần lớn là nam chiếm trên 90% tổng số lao động, lao động nữ tập trung chủ yếu tại các phòng chức năng. Do đó, mẫu khảo sát theo giới tính tỷ lệ nữ chỉ chiếm 7.1%. Viễn thông Hải Dương hiện đang đứng trong top 10 các đơn vị có lao động đông nhất trong 64 Viễn thông Tỉnh, Thành phố. Do vậy, trong 5 năm trở lại đây, bình quân mỗi năm chỉ tuyển dụng mới 4 lao động, đa phần là các kỹ sư công nghệ thông tin. Qua khảo sát, thời gian công tác của người lao động tại Viễn thông Hải Dương từ 10 năm trở lên chiếm tỷ trọng lớn (67.2%), điều này chứng tỏ người lao động tin tưởng, gắn bó, yên tâm công tác tại doanh nghiệp và cũng phù hợp với thực trạng lao động thực tế của doanh nghiệp. Lao động có trình độ đại học chiếm tỷ lệ lớn nhất (41.7%) cho thấy đơn vị có nguồn nhân lực có nền tảng tốt, chất lượng, là cơ sở để nâng cao năng suất lao động, đẩy nhanh ứng dụng khoa học công nghệ vào sản xuất. Tuy nhiên, muốn duy trì, phát huy được lợi thế nguồn lao động này, đơn vị cũng cần phải có các cơ chế chính sách đãi ngộ cũng như môi trường làm việc tốt đối với người lao động.

#### ❖ *Phần thông tin tham khảo*

Tại phần thông tin tham khảo, từ câu 1 đến câu 4 đánh giá mức độ hiểu biết cơ bản của người lao động tại Viễn thông Hải Dương về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp.

**Bảng 2.10: Tổng hợp kết quả phần thông tin tham khảo (câu 1 đến câu 4)**

Loại thông tin thu thập		Số người	Tỷ lệ (%)
Nghe tới khái niệm TNXH	Chưa từng nghe	29	17.3
	Đã nghe	139	82.7
Mức độ hiểu khái niệm TNXH	Chưa biết gì về TNXH	29	17.3
	Hiểu một chút về TNXH	42	25.0
	Tương đối hiểu về TNXH	79	47.0
	Rất hiểu về TNXH	18	10.7
Vai trò của TNXH đối với doanh nghiệp	Không có ý nghĩa gì	3	1.8
	Bình thường	7	4.2

	Quan trọng	72	42.8
	Rất quan trọng	86	51.2
Lĩnh vực quan trọng nhất của TNXH mà doanh nghiệp hướng tới	Kinh tế	61	36.3
	Pháp luật	38	22.6
	Đạo đức	17	10.1
	Nhân văn	52	31.0

(Nguồn: Tổng hợp kết quả điều tra của tác giả)

Như vậy, phần lớn người lao động tại Viễn thông Hải Dương đã từng nghe nói đến trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp. Tuy nhiên, số lao động rất hiểu về TNXH lại chiếm tỷ lệ nhỏ nhất mặc dù phần lớn đều cho rằng vai trò của TNXH đối với doanh nghiệp là rất quan trọng. Lĩnh vực quan trọng nhất mà TNXH của doanh nghiệp hướng tới theo người lao động chủ yếu là kinh tế và nhân văn. Điều này cũng hoàn toàn hợp lý vì đối với người lao động kinh tế ảnh hưởng trực tiếp đến cuộc sống của họ, còn các hoạt động nhân đạo thường có sức lan tỏa mạnh mẽ trong cộng đồng.

Câu hỏi số 5 là câu hỏi để thu thập các thông tin về các khía cạnh thực hiện trách nhiệm xã hội của Viễn thông Hải Dương. Các mức độ đánh giá gồm 05 cấp: 1-Hoàn toàn không đồng ý; 2-Không đồng ý; 3-Bình thường; 4-Đồng ý; 5-Hoàn toàn đồng ý. Kết quả thu được như sau:

**Bảng 2.11: Tổng hợp kết quả thuộc phần thông tin tham khảo (câu 5)**

STT	Các yếu tố	Mức độ đánh giá									
		1-Hoàn toàn không đồng ý		2-Không đồng ý		3-Bình thường		4-Đồng ý		5-Hoàn toàn đồng ý	
		Người	Tỷ lệ (%)	Người	Tỷ lệ (%)	Người	Tỷ lệ (%)	Người	Tỷ lệ (%)	Người	Tỷ lệ (%)
<b>I</b>	<b>Nghĩa vụ kinh tế</b>										
1	Viễn thông Hải Dương đảm bảo trả lương, thưởng xứng đáng, công bằng cho người lao động.	3	1.8	8	4.8	17	10.1	62	36.9	78	46.4
2	Viễn thông Hải Dương đảm bảo thanh toán tiền lương đầy đủ, kịp thời cho người lao động	0	0.0	2	1.2	23	13.7	67	39.9	76	45.2
3	Viễn thông Hải Dương thường xuyên tổ chức các lớp đào tạo, bồi dưỡng kỹ năng thiết thực cho người lao động	1	0.6	7	4.2	47	28.0	74	44.0	39	23.2
4	Viễn thông Hải Dương đảm bảo thời giờ làm việc, thời giờ nghỉ ngơi cho người lao động	0	0.0	9	5.4	48	28.6	77	45.8	34	20.2
5	Viễn thông Hải Dương đã cung cấp cho khách hàng các dịch vụ viễn thông chất lượng tốt, giá hợp lý	2	1.2	4	2.4	31	18.5	87	51.8	44	26.2
<b>II</b>	<b>Nghĩa vụ pháp lý</b>										
6	Người lao động được đóng và hưởng đầy đủ chế độ Bảo hiểm bắt buộc theo quy định.	0	0.0	0	0.0	25	14.9	47	28.0	96	57.1
7	Người lao động được trang bị đầy đủ phương tiện bảo vệ cá nhân khi làm việc.	0	0.0	0	0.0	26	15.5	68	40.5	74	44.1

8	Hợp đồng lao động đã cụ thể và rõ ràng về quyền lợi và nghĩa vụ đối với người lao động	4	2.4	3	1.8	43	25.6	62	36.9	56	33.3
<b>III</b>	<b>Nghĩa vụ đạo đức</b>										
10	Đáp ứng tốt yêu cầu của khách hàng về chất lượng phục vụ.	11	6.5	6	3.6	37	22.0	68	40.5	46	27.4
11	Đáp ứng tốt yêu cầu của khách hàng về chất lượng dịch vụ	2	1.2	4	2.4	28	16.7	78	46.4	56	33.3
12	Viễn thông Hải Dương đã thực hiện các biện pháp làm gọn, đẹp, an toàn mạng lưới.	5	3.0	21	12.5	51	30.4	62	36.9	29	17.3
<b>IV</b>	<b>Nghĩa vụ nhân văn</b>										
13	Viễn thông Hải Dương thực hiện tốt truyền thống “Nghĩa tình”	0	0.0	3	1.8	29	17.3	51	30.4	85	50.6
14	Viễn thông Hải Dương tích cực tham gia các hoạt động từ thiện nhân đạo	0	0.0	2	1.2	24	14.3	88	52.4	54	32.1
<b>V</b>	<b>Câu hỏi tổng hợp</b>										
15	Viễn thông Hải Dương đã thực hiện tốt trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp	3	1.8	6	3.6	32	19.0	76	45.2	51	30.4

(Nguồn: Tổng hợp kết quả điều tra của tác giả)

### ❖ *Đánh giá kết quả.*

Về cơ bản, người lao động đánh giá thực trạng thực hiện TNXH của Viễn thông Hải Dương trên 4 nghĩa vụ đều ở mức tốt.

Với nghĩa vụ kinh tế, người lao động đồng ý cao tại các nội dung: trả lương, thưởng xứng đáng, công bằng (83.3%), tiền lương được trả đầy đủ, kịp thời (85.4%), cung cấp cho khách hàng các dịch vụ có chất lượng tốt với giá hợp lý (78%). Tuy nhiên có hai nội dung cần quan tâm đó là có 1.8% lao động không đồng ý với nội dung trả lương công bằng và có đến 5.4% lao động đang có những vướng mắc về thời giờ làm việc, thời giờ nghỉ ngơi. Về vấn đề tiền lương, đây là những lao động gián tiếp, lao động thuộc khối quản lý cho rằng việc đánh giá năng suất, chất lượng còn mang nhiều cảm tính, chưa phân biệt rõ lao động làm việc nhiều, hiệu quả với lao động có năng suất thấp dẫn đến tiền lương được trả chưa công bằng. Về thời giờ làm việc, thời giờ nghỉ ngơi: một số lao động trực tiếp sản xuất phải đi xử lý công việc cả buổi tối, ít nhiều ảnh hưởng đến cuộc sống gia đình, tâm lý, sức khỏe người lao động.

Với nghĩa vụ pháp lý, đơn vị đã làm tốt công tác này thể hiện ở tỷ lệ lao động đồng ý cao ở nội dung: người lao động được đóng và hưởng đầy đủ chế độ bảo hiểm bắt buộc (85.1%), phương tiện bảo vệ cá nhân được trang bị đầy đủ (84.6%), hợp đồng lao động đã cụ thể, rõ ràng (70.2%).

Với nghĩa vụ đạo đức, tỷ lệ lao động đánh giá việc thực hiện các nghĩa vụ này chưa được cao. Mặc dù các nội dung được đánh giá từ tốt trở lên đều trên 50% nhưng nội dung về chất lượng phục vụ và thực hiện các biện pháp làm gọn, đẹp, an toàn mạng lưới có tỷ lệ không đồng ý còn lớn (6.5% và 3%). Về nội dung chất lượng phục vụ khách hàng: nhiều lao động kỹ thuật cho rằng lao động kinh doanh chưa làm tốt nhiệm vụ chăm sóc khách hàng của mình, không có sự phối hợp giữa kinh doanh và kỹ thuật trong việc chăm sóc, giữ khách hàng dẫn đến khách hàng không hài lòng và đây là một trong những nguyên nhân khách hàng rời mạng. Còn công tác làm gọn, an toàn mạng lưới: người lao động cũng nhận thấy do hiện nay đơn vị tập trung vào phát triển, giữ khách hàng nên việc làm gọn mạng lưới chưa

được quan tâm. Bên cạnh đó, lao động thu hồi dây thuê bao và lao động không thu hồi dây chưa có sự động viên, khen thưởng xứng đáng.

Về nghĩa vụ nhân văn, các hoạt động nghĩa tình, từ thiện nhân đạo được người lao động đánh giá rất tốt (86.1%). Điều này cũng thể hiện tinh thần tương thân tương ái với truyền thống Nghĩa tình tốt đẹp của tập thể người lao động trong đơn vị.

Với tỷ lệ 75.6% lao động đánh giá Viễn thông Hải Dương thực hiện tốt trách nhiệm nhiệm xã hội của doanh nghiệp có thể nói Viễn thông Hải Dương đã tạo cho người lao động sự tin tưởng, yên tâm gắn bó và cống hiến cho doanh nghiệp.

## **2.3. Đánh giá chung về thực hiện trách nhiệm xã hội tại Viễn thông Hải Dương**

### **2.3.1. Những kết quả đạt được**

*Về nghĩa vụ kinh tế:*

Viễn thông Hải Dương đã xây dựng được chế độ đãi ngộ lao động công khai, minh bạch. Việc triển khai đồng bộ hệ thống chỉ tiêu BSC/KPI cũng như áp dụng tiền lương đơn giá đã góp phần thay đổi lớn trong cơ chế tiền lương để chính sách tiền lương vừa là mục tiêu, vừa là động lực của hoạt động sản xuất kinh doanh. Được trả lương, thưởng xứng đáng, công bằng, đã tạo cho người lao động niềm tin, yên tâm công tác, phấn đấu lao động sản xuất. Người có tài năng, có trình độ chuyên môn, kỹ thuật, năng suất lao động cao, đóng góp nhiều cho đơn vị được trả lương thỏa đáng; lao động giản đơn được trả lương bằng mức lương tương đương với mặt bằng tiền công của lao động giản đơn trên thị trường.

Chế độ phụ cấp được thực hiện đầy đủ. Tuân thủ các quy định của nhà nước về thời giờ làm việc, thời giờ nghỉ ngơi. Công tác đào tạo, bồi dưỡng nâng cao trình độ được quan tâm. Ngoài đào tạo về nghiệp vụ kỹ thuật, để thích ứng với sự chuyển đổi của hoạt động sản xuất kinh doanh đơn vị đã tăng cường các khóa đào tạo về công nghệ thông tin cho nhân viên kỹ thuật viễn thông, các khóa về quản lý kinh tế, quản trị nguồn nhân lực cho lao động cấp trung.

Viễn thông Hải Dương luôn nêu cao trách nhiệm trong việc phục vụ tốt, kịp thời, đảm bảo thông tin liên lạc thông suốt, ổn định cho các cơ quan Đảng, Nhà nước, chính quyền địa phương trong các hoạt động, lãnh đạo, chỉ đạo trên địa bàn tỉnh. Chú trọng đầu tư, mở rộng hạ tầng mạng lưới, cải thiện chất lượng dịch vụ, nâng cao chất lượng phục vụ, chăm sóc khách hàng. Tất cả các hoạt động đó đều hướng tới mục tiêu sau cùng là đem lại trải nghiệm tốt nhất cho khách hàng theo đúng triết lý mà doanh nghiệp luôn theo đuổi đó là: Khách hàng là trung tâm.

*Về nghĩa vụ pháp lý:*

Viễn thông Hải Dương thực hiện nghiêm chỉnh các quy định của pháp luật về chế độ bảo hiểm bắt buộc cho người lao động. Công tác an toàn lao động, chăm sóc sức khỏe cho người lao động được quan tâm, triển khai tốt.

Tất cả cán bộ công nhân viên làm việc tại Viễn thông Hải Dương đều được ký hợp đồng lao động, nêu rõ quyền lợi và nghĩa vụ của người lao động, người sử dụng lao động tạo tâm lý tin tưởng cho người lao động yên tâm làm việc.

*Về nghĩa vụ đạo đức:*

Các chỉ tiêu chất lượng dịch vụ cung cấp cho khách hàng của đơn vị hầu hết đều đảm bảo và vượt mức quy định của Tập đoàn.

Công tác chỉnh trang, làm gọn, an toàn mạng lưới được đơn vị quan tâm thực hiện. Bên cạnh đó, Viễn thông Hải Dương cũng thể hiện trách nhiệm với cộng đồng xã hội bằng nhiều hành động, biện pháp thiết thực, ý nghĩa, hiệu quả để chống, giảm thiểu chất thải nhựa.

*Về nghĩa vụ nhân văn:*

Viễn thông Hải Dương tích cực tham gia các hoạt động từ thiện, nhân đạo, đền ơn đáp nghĩa, an sinh xã hội. Không chỉ vậy, các hoạt động gắn kết tình nghĩa giữa các thế hệ cán bộ, công nhân viên đã làm việc tại Bưu điện tỉnh Hải Dương trước đây và cán bộ công nhân viên đang làm việc tại Bưu điện tỉnh Hải Dương và Viễn thông Hải Dương hiện nay, thường xuyên được đơn vị tổ chức vào các dịp Tết, ngày truyền thống Ngành.

Có thể nói, Viễn thông Hải Dương là doanh nghiệp tiêu biểu trên địa bàn tỉnh



đại diện cho hình ảnh doanh nghiệp kinh doanh tốt và thực hiện tốt trách nhiệm xã hội. Nhờ đó, người lao động yên tâm công tác, phấn đấu nỗ lực trong công việc, yêu ngành yêu nghề, khách hàng tin tưởng, gắn bó.

### **2.3.2. Những tồn tại và nguyên nhân**

#### **2.3.2.1. Một số tồn tại**

Mặc dù các hoạt động trách nhiệm xã hội của Viễn thông Hải Dương đã đạt được những thành công nhất định, nhưng bên cạnh đó vẫn còn một số tồn tại:

*Thứ nhất:* Mặc dù đã áp dụng bộ chỉ tiêu BSC/KPI trong việc trả lương đến người lao động. Tuy nhiên, nhiều chỉ tiêu KPI cho lao động gián tiếp chưa được lượng hóa đặc biệt là khối phòng ban chức năng tham mưu dẫn đến chưa phát huy hết năng lực của các nhân sự này cũng như sẽ khó khăn trong việc phân loại lao động làm cơ sở sắp xếp lại lao động khi cơ cấu lại lực lượng lao động, mô hình tổ chức.

*Thứ hai:* Nhân viên kỹ thuật phải đi xử lý ngoài giờ cho khách hàng tương đối thường xuyên, nhất là vào chiều tối cũng sẽ làm ảnh hưởng đến sức khỏe, tâm lý của người lao động.

*Thứ ba:* Nội dung về bảo mật thông tin của người lao động chưa được quy định.

*Thứ tư:* Tỷ lệ mạng cáp được ngầm hóa, mạng cáp treo được chỉnh trang, làm gọn và tỷ lệ thu hồi dây thuê bao còn thấp.

*Thứ năm:* Chất lượng phục vụ có dấu hiệu đi xuống, chỉ số về độ hài lòng của khách hàng đang bị giảm dần qua các năm.

*Thứ sáu:* Việc thực hiện trách nhiệm xã hội tại Viễn thông Hải Dương chưa có một chính sách tổng thể, chưa được nhìn nhận đầy đủ về tầm quan trọng. Các hoạt động chủ yếu đang là hướng tới người lao động, tham gia một số hoạt động an sinh xã hội, đơn vị đang thiếu các chính sách kinh doanh hướng tới phát triển bền vững.

#### **2.4.2.2. Nguyên nhân**

Việc thực hiện trách nhiệm xã hội tại Viễn thông Hải Dương chưa thực sự

hiệu quả như mong đợi do một nguyên nhân chủ yếu sau:

*Thứ nhất:* Do đặc thù công việc của khối quản lý là tham mưu, giúp việc các cấp lãnh đạo, đưa ra các cơ chế chính sách để thúc đẩy sản xuất kinh doanh mà không trực tiếp tạo ra doanh thu nên việc định lượng là khó, chủ yếu đánh giá qua chất lượng thực hiện công việc. Bên cạnh đó, sự không quyết liệt của lãnh đạo các phòng chức năng cũng như tâm lý nể nang, ngại va chạm của bản thân các nhân viên trong phòng cũng dẫn đến việc đánh giá KPI làm cơ sở trả lương, thưởng chưa đạt được hiệu quả.

*Thứ hai:* Thông tin, truyền hình là món ăn tinh thần không thể thiếu trong xã hội hiện nay, do đó, lao động kỹ thuật luôn phải đảm bảo kết nối cho khách hàng. Khách hàng báo không vào được mạng internet, tuyến cáp bị sự cố hay trạm viễn thông mất điện lưới... nhân viên kỹ thuật phải có mặt kịp thời để xử lý, đảm bảo phục vụ khách hàng tốt nhất. Do đó, lao động kỹ thuật sẽ phải xử lý các công việc phát sinh ngoài giờ.

*Thứ ba:* Mặc dù hàng năm đơn vị đều có kế hoạch ngân sách hóa mạng cáp, chỉnh trang làm gọn mạng cáp treo tuy nhiên việc thực hiện còn phụ thuộc kinh phí được phê duyệt, văn bản cho phép thi công của tỉnh, sự phối hợp của các đơn vị khác trên địa bàn (Viettel, FPT... đặc biệt là Điện lực) cũng như nhân lực của đơn vị. Bên cạnh đó, với áp lực cạnh tranh gay gắt, các đơn vị tập trung lao động để giữ và phát triển khách hàng, công tác thu hồi dây thuê bao, chỉnh trang làm gọn mạng lưới còn chưa quan tâm đúng mức. Chưa có cơ chế thưởng, phạt cho công tác thu hồi dây thuê bao. Do vậy, kết quả thực hiện chưa đạt được như mục tiêu đề ra.

*Thứ tư:* Do sự chuyên biệt trong chức năng nhiệm vụ theo mô hình tổ chức nên trên cùng địa bàn, Viễn thông Hải Dương là đơn vị đảm bảo về mặt kỹ thuật, đơn vị khác (Trung tâm Kinh doanh VNPT Hải Dương) là đơn vị đảm nhiệm công tác bán hàng, chăm sóc khách hàng. Bên cạnh đó, chưa có cơ chế trả lương đồng bộ, gắn trách nhiệm với công tác giữ khách hàng trên cùng địa bàn quản lý. Chính sự phối hợp giữa hai khối không đồng bộ, nhân viên kỹ thuật và nhân viên kinh doanh đổ lỗi cho nhau trong việc chăm sóc khách hàng dẫn tới khách hàng không hài lòng

trong sử dụng dịch vụ và hủy dịch vụ.

*Thứ năm:* Một trong những rào cản lớn nhất để thực hiện trách nhiệm xã hội tại doanh nghiệp chưa đạt hiệu quả như kỳ vọng chính là yếu tố con người.

Trong bối cảnh thị trường viễn thông – công nghệ thông tin cạnh tranh gay gắt như hiện nay, đơn vị tập trung vào sản xuất kinh doanh, phấn đấu hoàn thành kế hoạch do vậy công tác nâng cao năng lực quản trị của đội ngũ nhân sự quản lý chưa được quan tâm nhiều. Ngoài ra, công tác truyền thông, nâng cao nhận thức, hiểu biết về thực hiện trách nhiệm xã hội tại Viễn thông Hải Dương chưa được quan tâm đúng mực. Theo kết quả khảo sát có đến 17.3% lao động chưa từng nghe đến khái niệm trách nhiệm xã hội và cũng không biết gì về trách nhiệm xã hội, 25% chỉ hiểu một chút về trách nhiệm xã hội trong đó có cả lãnh đạo quản lý cấp trung.

## **CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP TĂNG CƯỜNG THỰC HIỆN TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI TẠI VIỄN THÔNG HẢI DƯƠNG**

### **3.1. Phương hướng hoạt động của Viễn thông Hải Dương**

Năm 2022, dự báo kinh tế trong nước có những điểm sáng, nhưng cũng nhiều khó khăn và thách thức. Thị trường dịch vụ viễn thông truyền thống tiếp tục xu hướng suy giảm, cạnh tranh khốc liệt giữa các nhà mạng. Điểm sáng của năm 2022 sẽ là tốc độ tăng trưởng cao của thị trường dịch vụ số với chủ trương tập trung phát triển của tỉnh Hải Dương (VNPT và UBND Tỉnh đã ký thỏa thuận hợp tác về chuyển đổi số giai đoạn 2022-2025). Bước vào giai đoạn mới, tiếp tục phát huy tinh thần chủ động “Biến thách thức thành hành động”, Viễn thông Hải Dương tiếp tục tập trung củng cố các dịch vụ cốt lõi, đẩy mạnh chuyển đổi số nhằm góp phần phục hồi bền vững. Viễn thông Hải Dương đã đề ra các mục tiêu và giải pháp trọng tâm cho đơn vị như sau:

#### **3.1.1. Mục tiêu trọng tâm**

- Chênh lệch thu chi phân đầu tăng trưởng từ 3% trở lên so với thực hiện năm trước.
- Tổng doanh thu toàn địa bàn phân đầu tăng trưởng từ 3% trở lên so với thực hiện năm trước.
- Nộp NSNN: Hoàn thành chỉ tiêu Cơ quan quản lý Nhà nước giao.
- Giữ vững vị trí trong top 10 các Viễn thông Tỉnh có thuê bao, doanh thu bằng rộng cố định lớn nhất toàn Tập đoàn.
- Đảm bảo 100% người lao động có việc làm đầy đủ. Giữ ổn định thu nhập, đời sống cho người lao động.

#### **3.1.2. Giải pháp trọng tâm**

- Giải pháp quản trị BSC/KPI:
  - + Đổi mới phương thức tổ chức thực hiện và tăng cường công tác giám sát thực hiện. Kết hợp sử dụng công cụ BSC và OKR.

+ Phát huy hiệu quả các công cụ điều hành quản trị: BSC/OKR, quản trị rủi ro. Kịp thời điều chỉnh các chỉ tiêu quản trị để phù hợp với mục tiêu. Giao, đánh giá đúng kỳ để thúc đẩy việc hoàn thành các chỉ tiêu được giao.

- Đẩy nhanh quá trình chuyển đổi số nội bộ thông qua:

+ Hoàn thiện hệ thống Điều hành sản xuất kinh doanh tập trung, điều hành trên dữ liệu. Rà soát, cập nhật chính xác số liệu lên hệ thống, đặc biệt phần đầu số liệu mạng cáp quang chính xác đến 99,5%. Số liệu mạng cáp khách hàng chính xác đến 100% nhằm mục tiêu dịch chuyển toàn bộ các tương tác của khách hàng lên môi trường số. Nhân viên kỹ thuật được tác nghiệp trọn vẹn trên các mobile App.

+ Số hóa toàn diện hệ thống quản trị nội bộ: Hoàn thành 100% việc triển khai các chương trình, ứng dụng CNTT mảng quản trị doanh nghiệp theo yêu cầu từ Tập đoàn.

+ Số hóa 100% các chỉ số điều hành thường xuyên, đồng bộ giữa hai khối kinh doanh, kỹ thuật.

+ Số hóa công tác vận hành khai thác mạng lưới, tối ưu chi phí vận hành và chi phí đầu tư đảm bảo chất lượng dịch vụ.

- Chính sách tiền lương và đạo tạo lao động CNTT:

+ Điều chỉnh cơ chế tiền lương theo hướng giảm tiền lương duy trì, tăng đơn giá tiền lương theo doanh thu tăng thêm.

+ Điều chỉnh cơ cấu lao động hợp lý, giảm tỷ lệ lao động gián tiếp, tăng tỷ lệ lao động trực tiếp.

+ Phát triển và quản trị năng lực nhân sự phù hợp với định hướng phát triển.

+ Rà soát, bổ sung nguồn nhân lực phù hợp với định hướng phát triển VNPT 4.0 và quá trình chuyển đổi số. Tiếp tục đào tạo người lao động theo hướng chuyển sang lĩnh vực CNTT.

- Đa dạng hóa phong trào thi đua

## **3.2. Một số giải pháp tăng cường thực hiện trách nhiệm xã hội của Viễn thông Hải Dương**

### ***3.2.1. Nâng cao nhận thức về trách nhiệm xã hội***

Một trong những lý do dẫn đến việc thực hiện TNXH của doanh nghiệp chưa đạt được hiệu quả như mong muốn đó là việc nhận thức, hiểu về TNXH chưa đầy đủ, chưa thấy rõ cơ hội và tính ưu việt của TNXH doanh nghiệp nên nhiều khi việc thực hiện còn mang tính bị động, đối phó thậm chí làm sai lệch đi ý nghĩa của TNXH. Do vậy, nâng cao nhận thức về TNXH đối với người quản lý cũng như người lao động là vô cùng quan trọng.

Lãnh đạo đơn vị cần đổi mới tư duy, nhìn nhận đúng về TNXH của doanh nghiệp. Các doanh nghiệp thực hiện TNXH thành công sẽ đạt được nhiều lợi ích như giảm chi phí, tăng doanh thu, tăng năng suất lao động, thu hút được lao động giỏi, giảm tỷ lệ nhân viên nghỉ việc, có thêm nhiều cơ hội tiếp cận thị trường mới.... Lãnh đạo doanh nghiệp là người định hướng, chỉ đạo và quyết định mọi hoạt động của doanh nghiệp vì vậy TNXH phải bắt nguồn từ người lãnh đạo. Doanh nghiệp chỉ có thể áp dụng thành công TNXH khi lãnh đạo doanh nghiệp nhận thức được tầm quan trọng của TNXH và biến TNXH thành một phần văn hóa doanh nghiệp.

Như vậy, để có được những chính sách thực hiện TNXH phù hợp, trước hết những người đứng đầu doanh nghiệp cần phải có nhận thức đúng đắn, từ đó họ mới có thái độ, ý thức tích cực trong việc đưa TNXH vào trong các hoạt động của doanh nghiệp.

Bên cạnh lãnh đạo doanh nghiệp thì nâng cao nhận thức về TNXH cho chính người lao động cũng là điều hết sức cần thiết. Có nhận thức đúng về TNXH trước hết để người lao động bảo vệ quyền lợi của chính bản thân mình, sau đó để người lao động hiểu rằng TNXH bao gồm nhiều nội dung quan trọng chứ không chỉ là các hoạt động từ thiện, nhân đạo mà là một yêu cầu của phát triển bền vững vì lợi ích thiết thực của doanh nghiệp và cũng là lợi ích của chính bản thân mỗi người lao động.

Một số đề xuất cụ thể nhằm nâng cao nhận thức về TNXH của người lao động tại Viễn thông Hải Dương:

- Tổ chức các buổi đào tạo, bồi dưỡng về chuyên đề TNXH của doanh nghiệp cho người lao động, nhất là các nhân sự quản lý cấp trung.
- Xây dựng, biên soạn những nội dung cơ bản về thực hiện TNXH của doanh nghiệp để người lao động nắm được, đặc biệt đối với lao động mới tuyển dụng.
- Đưa câu hỏi về hiểu biết thực hiện TNXH của doanh nghiệp thành một nội dung đánh giá, khảo sát định kỳ hàng năm. (Hiện nay, vào quý 4 hàng năm đơn vị tổ chức kiểm tra, đánh giá về chuyên môn nghiệp vụ đối với tất cả lao động).
- Giao trách nhiệm cho phòng Nhân sự Tổng hợp phối hợp cùng bộ phận truyền thông của đơn vị hàng tháng hoặc hàng quý lồng ghép các bài viết về TNXH trong bản tin nội bộ của đơn vị để tuyên truyền đến tất cả người lao động trong đơn vị chứ không chỉ dừng lại ở đội ngũ lãnh đạo để việc thực hiện TNXH trở thành động cơ bên trong của doanh nghiệp. Để người lao động hiểu rằng việc thực hiện đầy đủ các TNXH là bảo đảm chất lượng và năng lực cạnh tranh của mỗi doanh nghiệp, từ góp phần nâng cao cuộc sống của chính bản thân họ khi đó họ sẽ tích cực góp sức để thực hiện.

### ***3.2.2. Thực hiện chiến lược phát triển bền vững dựa trên nền tảng văn hóa kinh doanh và trách nhiệm xã hội***

Để doanh nghiệp phát triển đòi hỏi các nhà quản trị phải xác định, huy động và phát triển hiệu quả các nguồn lực như tài chính, cơ sở vật chất, con người, tiến bộ khoa học kỹ thuật... Tuy nhiên, để phát triển bền vững, cần phải phát triển cả nguồn lực mềm đó chính là văn hóa kinh doanh của doanh nghiệp và thực hiện tốt TNXH. Gắn phát triển bền vững của doanh nghiệp với việc phát triển văn hóa kinh doanh và các hoạt động TNXH là cách làm đúng đã được nhiều doanh nghiệp trong nước áp dụng thành công.

Văn hóa kinh doanh có vai trò rất quan trọng trong sự phát triển bền vững của mỗi doanh nghiệp. Khi doanh nghiệp coi văn hóa kinh doanh là phương thức hoạt động của mình sẽ làm tăng giá trị trong sản phẩm hàng hóa và dịch vụ. Thông

qua đó khẳng định chất lượng sản phẩm, ứng xử văn hóa, văn minh với cộng đồng, với người tiêu dùng sẽ được người tiêu dùng tin tưởng, từ đó nâng cao năng lực cạnh tranh trên thị trường, góp phần vào sự phát triển của doanh nghiệp. Kinh doanh có văn hóa là lối kinh doanh trung thực, ngay thẳng, kích thích sự cạnh tranh lành mạnh, không làm tổn hại đến các truyền thống và tập quán tốt đẹp, tạo ra mối quan hệ mật thiết giữa nhà sản xuất, nhà kinh doanh và người tiêu dùng theo nguyên tắc các bên cùng có lợi. Có thể nói, chỉ khi thực hiện kiểu kinh doanh có văn hóa mới kết hợp được tính hiệu quả cao và sự phát triển bền vững.

Thực hiện TNXH của doanh nghiệp như thực hiện đầy đủ nghĩa vụ với nhà nước, tham gia các hoạt động xã hội từ thiện nhân đạo, bảo vệ môi trường, tôn trọng những quy phạm đạo đức trong quan hệ xã hội, quan hệ kinh doanh, tôn trọng các giá trị truyền thống... cũng là một sắc thái của văn hóa kinh doanh.

Năm 2014 bộ tài liệu “Văn hóa VNPT” ra đời, được triển khai đến toàn thể người lao động trong Tập đoàn với giá trị cốt lõi của VNPT thể hiện ở 5 mặt, đó là: Tinh thần, Truyền thống, Sức mạnh, Chuẩn mực và Trách nhiệm VNPT. Đây cũng là nền tảng cho đơn vị tiếp tục nỗ lực trong việc nâng cao trách nhiệm xã hội, hoàn thiện văn hóa kinh doanh, coi đó là một mục tiêu phấn đấu, tăng cường sức cạnh tranh, từ đó đóng góp nhiều hơn nữa cho đất nước.

Trong một nền kinh tế chuyển đổi đòi hỏi doanh nghiệp không chỉ bán sản phẩm, dịch vụ mà còn là giá trị và trách nhiệm. Do đó, thực hiện tốt TNXH giúp nâng cao uy tín của doanh nghiệp, từ đó mang lại nhiều lợi nhuận kinh tế và lợi ích chính trị - xã hội trong dài hạn cho doanh nghiệp.

Để phát triển bền vững, Viễn thông Hải Dương nên lồng ghép các mục tiêu TNXH vào kế hoạch phát triển dài hạn của đơn vị, trong đó đề cao các tiêu chuẩn về: Coi con người là nguồn lực trung tâm và trọng tâm trong quá trình phát triển; Phát triển kinh doanh nhưng không dẫn đến tình trạng làm xuống cấp môi trường; Sử dụng nguyên vật liệu một cách hợp lý và tiết kiệm; Kinh doanh phải phù hợp, tôn trọng đạo đức kinh doanh để phát triển nội lực và lợi thế cạnh tranh. Đơn vị có thể:



- Gắn quản trị nhân sự với trách nhiệm xã hội, đó là quản trị có hiệu quả các hoạt động tuyển dụng, đào tạo, chế độ lương thưởng, quy hoạch cán bộ nguồn hay bổ nhiệm... Xây dựng và thực hiện nghiêm quy chế đánh giá người đứng đầu không hoàn thành nhiệm vụ. Có cơ chế khuyến khích nhân sự trẻ, tài năng vì lao động chất lượng cao là tài sản vô giá của doanh nghiệp. Khi doanh nghiệp thực hiện tốt các hoạt động trên sẽ tạo ra lợi ích bền vững cho nhân viên, doanh nghiệp và xã hội.

- Yêu cầu toàn bộ nhân viên thực hiện nghiêm túc văn hóa doanh nghiệp, đặc biệt là đội ngũ nhân viên kỹ thuật địa bàn thường xuyên tiếp xúc với khách hàng. Đưa văn hóa doanh nghiệp trở thành là một nội dung kiểm tra định kỳ hàng năm của tất cả người lao động trong đơn vị. Có chế tài nghiêm khắc đối với những trường hợp vi phạm quy định của văn hóa doanh nghiệp.

Thực hiện chiến lược phát triển bền vững gắn với văn hóa kinh doanh và TNXH cũng cần Viễn thông Hải Dương có cái nhìn đúng đắn về việc cân đối giữa lợi ích của doanh nghiệp với lợi ích chung của cộng đồng, hai yếu tố này phải luôn song hành để thương hiệu VNPT phát triển bền vững.

### **3.2.3. Điều chỉnh chỉ tiêu BSC/KPI và xây dựng hệ thống đánh giá**

Viễn thông Hải Dương đã triển khai công cụ BSC/KPI để đánh giá và trả lương người lao động từ năm 2014. Có thể nói việc ứng dụng BSC/KPI đã làm thay đổi căn bản công tác đánh giá lao động và trả lương cho người lao động, đặc biệt là lao động trực tiếp sản xuất. Tuy nhiên, để BSC/KPI thực sự phát huy hiệu quả đối với các Trung tâm trực thuộc cũng như trong công tác đánh giá, phân loại, trả lương thưởng cho lao động khối quản lý – khối chức năng, tham mưu giúp việc cho Lãnh đạo đơn vị, đồng thời tạo động lực cho lao động khối quản lý phát huy sức sáng tạo, sự cống hiến của mình thì Viễn thông Hải Dương cần phải điều chỉnh việc giao, đánh giá BSC/KPI theo hướng:

- Đối với KPI lao động khối quản lý:
  - + Xây dựng bộ chỉ số điều hành sản xuất kinh doanh của đơn vị dựa trên định hướng của Tập đoàn và mục tiêu của đơn vị.

+ Mỗi chỉ tiêu trong bộ chỉ số điều hành phải được gắn với cá nhân cụ thể, từ cấp lãnh đạo phòng, chuyên viên phòng đến lãnh đạo các Trung tâm trực thuộc.

+ Giảm tỷ trọng hoặc loại bỏ các chỉ tiêu chung chung, đánh giá mang nhiều cảm tính (ví dụ như chỉ tiêu hoàn thành công việc thường xuyên đảm bảo chất lượng, tiến độ, năng suất với trọng số chiếm tới 85%).

+ Bổ sung chỉ tiêu nhận xét, đánh giá của các đơn vị trực thuộc đối với các chuyên viên các phòng chức năng trong công tác điều hành, hỗ trợ đơn vị.

- Đối với BSC/KPI các Trung tâm trực thuộc:

+ Giao phòng chức năng, cá nhân cụ thể giám sát quá trình thực hiện và hỗ trợ các đơn vị cải thiện kết quả các chỉ tiêu KPI. Yêu cầu các đơn vị có cam kết khắc phục các KPI chưa đạt mục tiêu.

+ Giảm số lượng chỉ tiêu KPI giao cho các Trung tâm còn khoảng 10 chỉ tiêu và thay đổi hàng quý tùy thuộc kết quả thực hiện quý trước và mục tiêu từng giai đoạn của đơn vị, đẩy mạnh trọng số từ 1 đến 3 chỉ tiêu trọng yếu (xác định hàng quý hoặc xuyên suốt năm) và đưa ra cơ chế chính sách để thực hiện (với nhiều chỉ tiêu như hiện nay – 20 chỉ tiêu, tỷ trọng sẽ gài trái cho các chỉ tiêu). Ví dụ: tỷ lệ thuê bao hủy của đơn vị đang cao hơn mức bình quân của Tập đoàn, đây là chỉ tiêu ảnh hưởng rất lớn đến doanh thu, lợi nhuận, quỹ tiền lương của đơn vị do vậy Viễn thông Tỉnh cần định hướng rõ cho các Trung tâm tập trung nhân lực, vật lực để đạt mục tiêu: chỉ tiêu Hủy/PSC <0,35%, Hủy/PTM <30%.

+ Kết quả BSC/KPI của đơn vị được tính là kết quả KPI của người đứng đầu đơn vị.

- Đơn vị cần xây dựng hệ thống dữ liệu/công cụ phục vụ đánh giá KPI/BSC tự động, nhanh, chính xác.

Hiện nay, việc đánh giá các chỉ tiêu KPI của người lao động cũng như đánh giá, chấm điểm BSC các đơn vị trực thuộc đều làm thủ công, tức là các phòng chức năng, các đơn vị lấy số liệu tại chương trình điều hành sản xuất kinh doanh sau đó tính trên excel và gửi kết quả cho người lao động hoặc đơn vị. Cách làm như vậy sẽ

mất nhiều thời gian, dễ sai sót nhầm lẫn, người lao động nhiều khi không nắm rõ việc thực hiện từng chỉ tiêu của mình để cố gắng, phấn đấu.

Các dữ liệu phục vụ để đánh giá BSC/KPI đều có trên các báo cáo tại chương trình Điều hành sản xuất kinh doanh. Viễn thông Hải Dương có thể xây dựng hai biểu báo cáo: một biểu báo cáo có các số liệu phục vụ cho việc đánh giá BSC của các Trung tâm và một biểu báo cáo là số liệu phục vụ cho việc đánh giá các chỉ tiêu KPI của lao động trực tiếp sản xuất. Dữ liệu tại hai báo cáo này được liên kết sang modul đánh giá BSC/KPI tại chương trình quản trị nhân lực để phục vụ cho công tác tính tiền lương, tiền thưởng, đánh giá lao động, điều hành sản xuất kinh doanh tại các đơn vị trực thuộc và Viễn thông Tỉnh.

Có thể nói, chỉ khi được nhìn nhận, đánh giá chính xác kết quả làm việc, người lao động mới có động lực, hoặc phấn khởi, yên tâm cống hiến sáng tạo vì công sức của bản thân được ghi nhận hoặc được chỉ ra các mặt còn hạn chế để cố gắng phấn đấu. Làm được điều đó cũng chính là đã thực hiện tốt một phần trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp.

#### ***3.2.4. Quan tâm, bảo đảm thời giờ làm việc, thời giờ nghỉ ngơi cho người lao động***

Với sự cạnh tranh gay gắt trên thị trường viễn thông trong những năm qua và thị trường việc làm ngày càng khó khăn, đặc biệt trong những năm bị ảnh hưởng bởi dịch bệnh Covid-19, ý thức lao động sản xuất của người công nhân đã có sự thay đổi lớn. Hầu hết người lao động đều nhận thức được rằng công việc là công việc khoán, làm hết việc chứ không phải làm hết giờ. Bất cứ khi nào khách hàng yêu cầu là nhân viên kỹ thuật của Viễn thông Hải Dương có mặt. Bên cạnh đó, người lao động đã được chia nhóm, khoán mạng, ai cũng chăm lo cho khách hàng trên địa bàn của mình. Điều đó đã tạo được thiện cảm với khách hàng và góp phần giữ khách hàng. Tuy nhiên, phát sinh công việc phải đi xử lý ngoài giờ hành chính để đảm bảo chất lượng mạng lưới và yêu cầu của khách hàng cũng ảnh hưởng đến tâm lý, sức khỏe người lao động. Để cải thiện vấn đề này, Viễn thông Hải Dương có thể:

- Hướng dẫn các đơn vị tổ chức, sắp xếp, phân công lao động trong cùng nhóm hoặc cùng tổ luân phiên nhau đi xử lý, hỗ trợ khách hàng ngoài giờ. Không nhất thiết mạng của ai người đó đi xử lý hoặc có thể hướng dẫn khách hàng gọi về tổ Hạ tầng để được hỗ trợ vì tổ Hạ tầng luôn có nhân viên thường trực 24/7. Nhiều khi, khách hàng chỉ cần vài thao tác đơn giản qua sự hướng dẫn của nhân viên tổng đài là mạng internet lại hoạt động bình thường, tránh cho nhân viên kỹ thuật địa bàn phải đi đến nhà khách hàng trong tất cả các trường hợp.

- Có thể có hệ số thưởng khuyến khích đối với các công việc phát sinh phải xử lý ngoài giờ để động viên người lao động.

### ***3.2.5. Xây dựng, triển khai cơ chế phối hợp giữa khối kỹ thuật và kinh doanh***

Để nâng cao chất lượng phục vụ khách hàng, nhân viên kỹ thuật và kinh doanh trên cùng địa bàn phải hợp tác chặt chẽ với nhau, mỗi người làm tốt nhiệm vụ của mình sẽ góp phần vào hoàn thành nhiệm vụ chung của cả địa bàn. Muốn vậy đơn vị cần xây dựng, triển khai, giám sát việc thực hiện cơ chế đồng bộ giữa nhân viên kỹ thuật và nhân viên kinh doanh để hai khối có sự phối hợp, gắn kết trong công tác phát triển, chăm sóc và giữ khách hàng:

- Cơ chế phối hợp trong cung cấp dịch vụ.
- Đồng bộ cơ chế tạo động lực: Cơ chế tiền lương, cơ chế giảm trừ tiền lương đối với thuê bao rời mạng.

Trong đó, đặc biệt quan tâm đến cơ chế tạo động lực đồng bộ hai bên. Khi cùng gắn lợi ích, trách nhiệm với nhau trong cùng một địa bàn quản lý, nhân viên kỹ thuật và nhân viên kinh doanh sẽ tự động phối hợp chặt chẽ. Điều thuận lợi khi thực hiện giải pháp này đó là Giám đốc Viễn thông Tỉnh được Tập đoàn bổ nhiệm là Trưởng đại diện của Tập đoàn trên địa bàn tỉnh, có vai trò là Tổng chỉ huy trên địa bàn, chịu trách nhiệm điều hành chung trên địa bàn, đảm bảo thống nhất đầu mối chỉ đạo, thống nhất về chính sách và nghiệp vụ điều hành kinh doanh. Khi chất lượng phục vụ khách hàng được cải thiện sẽ tạo niềm tin, sự hài lòng của khách hàng từ đó tăng doanh thu chung cho cả địa bàn và đơn vị.

### ***3.2.6. Một số giải pháp khác***

- Đưa tiêu chí sử dụng dây thuê bao hợp lý, đúng quy định là một chỉ tiêu KPI giao cho người lao động tại Trung tâm. Bên cạnh đó ban hành quy định thưởng, phạt với các trường hợp sử dụng tiết kiệm hoặc lãng phí dây; đối với dây thu hồi, được tái sử dụng cần tăng mức thưởng để khuyến khích người lao động. Làm tốt công tác này, bên cạnh việc tiết kiệm được nguyên vật liệu, giảm chi phí, tăng lợi nhuận cho doanh nghiệp còn góp phần làm gọn mạng lưới, nâng cao chất lượng mỹ quan đô thị và bảo vệ môi trường.

- Bổ sung điều khoản bảo mật thông tin cá nhân người lao động trong Hợp đồng lao động để đảm bảo quyền lợi cho người lao động. Có thể ký phụ lục Hợp đồng lao động hoặc có văn bản quy định riêng về nội dung này.

### ***3.2.7. Kiến nghị với Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam***

*Thứ nhất:* Nâng cao nhận thức về TNXH trong toàn Tập đoàn. Muốn vậy, Tập đoàn cần xây dựng một kế hoạch truyền thông nội bộ tới toàn thể người lao động thông qua tầm nhìn, sứ mệnh, mục tiêu cụ thể và các hoạt động thiết thực. Cách thức truyền thông có thể qua ấn phẩm nội bộ hàng tháng của Tập đoàn, qua các bài giảng trên E-learning, qua bài thi online hàng quý... Đồng thời, có hình thức khen thưởng đối với các đơn vị thực hiện tốt trách nhiệm xã hội tại đơn vị, địa phương.

*Thứ hai:* Việc thực hiện TNXH của doanh nghiệp theo ý nghĩa đầy đủ và đích thực không phải là vấn đề đơn giản và nằm trong khả năng giải quyết ngắn hạn của phần lớn doanh nghiệp. Bởi vậy, Tập đoàn cần có chiến lược dài hạn trong việc xây dựng và thực hiện TNXH với một lộ trình phù hợp.

Tập đoàn cần đưa ra một quy trình thực hiện TNXH có thể bao gồm các hoạt động như: Xây dựng hệ thống chỉ tiêu thực hiện TNXH; Tuyên truyền phổ biến, đào tạo TNXH; Tổ chức thực hiện TNXH; Đánh giá, điều chỉnh hoạt động TNXH; Báo cáo thực hiện TNXH hàng năm.

*Thứ ba:* Tập đoàn cần nghiên cứu và hình thành các tiêu chuẩn và công cụ đo lường hiệu quả TNXH trên cơ sở các hoạt động TNXH mà Tập đoàn đã thực hiện trong thời gian qua bên cạnh. Có thể thông quan việc khảo sát và điều tra đối với

các chủ thể liên quan đến hoạt động TNXH để đánh giá hiệu quả trước và sau khi có các hoạt động TNXH từ đó điều chỉnh các hoạt động TNXH phù hợp, hiệu quả hơn.

*Thứ tư:* Hiện tại, các hoạt động TNXH tại các đơn vị trực thuộc Tập đoàn phần lớn đều mang tính sự vụ, xuất phát từ yêu cầu của chính quyền địa phương, phát sinh theo dự án triển khai của Tập đoàn hoặc mỗi đơn vị đưa ra một kế hoạch cho riêng mình tùy thuộc vào người đứng đầu đơn vị. Chính vì vậy, Tập đoàn cần xây dựng các chỉ số TNXH tại đơn vị trực thuộc và giao kế hoạch, nhiệm vụ thực hiện TNXH cho các đơn vị như một chỉ tiêu bắt buộc trong kế hoạch sản xuất kinh doanh hàng năm để hoạt động TNXH có sự đồng bộ trong phạm vi toàn Tập đoàn, tránh những hoạt động mang tính chủ quan. Kết quả hoàn thành nhiệm vụ thực hiện TNXH trong năm của đơn vị được xét như một chỉ tiêu trong việc xếp loại hoàn thành nhiệm vụ của Giám đốc các đơn vị trực thuộc.

*Thứ năm:* Có bộ phận chuyên trách về TNXH. Tại Tập đoàn việc hình thành riêng Ban TNXH có thể là khó thì cần phải có bộ phận/ cán bộ chuyên trách thực hiện công tác này trực thuộc Ban Kế hoạch Đầu tư hoặc Ban Tổ chức Nhân lực. Có như thế các hoạt động TNXH mới thực sự hiệu quả bởi việc chỉ đạo, triển khai được kịp thời, sát sao. Bên cạnh đó, cần tăng cường công tác kiểm tra, giám sát theo chuyên đề để kịp thời chấn chỉnh, hướng dẫn các đơn vị thực hiện tốt mục tiêu đã đề ra.

Có thể nói, thực hiện TNXH đối với các doanh nghiệp là nghĩa vụ không thể bỏ qua trên con đường hội nhập, vừa tạo lợi ích cho doanh nghiệp, vừa tạo lợi ích cho xã hội, đặc biệt nâng cao khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp, của quốc gia.

Thực hiện TNXH không chỉ là vấn đề trong ngắn hạn mà đó là một quá trình lâu dài với rất nhiều sự cố gắng nỗ lực của doanh nghiệp. Khi Tập đoàn thực hiện một cách đồng bộ nhóm giải pháp trên, quyết tâm đưa TNXH vào thực hiện trong toàn Tập đoàn thì sẽ đem lại hiệu quả thực sự to lớn.

## KẾT LUẬN

Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp đang là vấn đề nóng bỏng của mọi quốc gia trên thế giới, đặc biệt ở các nước đang phát triển như Việt Nam. Gắn TNXH với sự phát triển bền vững của doanh nghiệp là một xu thế tất yếu trên con đường hội nhập của các doanh nghiệp Việt Nam bởi TNXH mang lại lợi ích cho doanh nghiệp, cho xã hội và nâng cao khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp Việt. Việc thực hiện tốt TNXH chính là đầu tư cho chiến lược kinh doanh dài hạn và tăng trưởng bền vững của các doanh nghiệp nước ta. Sự thành công của Google, Intel, Samsung hay FPT ... là bằng chứng cho việc thực hiện TNXH có hiệu quả. Hay việc gây ô nhiễm môi trường biển nghiêm trọng khiến cá chết hàng loạt tại bốn tỉnh khu vực miền Trung từ Hà Tĩnh đến Thừa Thiên - Huế của Công ty Formosa Hà Tĩnh, xả nước thải “chui” ra sông Thị Vải của Công ty Vedan Việt Nam... là hệ quả của những việc làm vô trách nhiệm, thiếu đạo đức của doanh nghiệp.

Đạo đức kinh doanh nói chung, TNXH nói riêng là những phạm trù phức tạp, dễ hiểu và thực hiện được TNXH cần một khoảng thời gian không ngắn và phải có những bước đi phù hợp. Để các doanh nghiệp nâng cao ý thức về TNXH, đồng thời áp dụng thực hiện trong doanh nghiệp mình đòi hỏi phải có giải pháp đồng bộ trong đó có sự phối hợp của các doanh nghiệp, Nhà nước, các cơ quan ban ngành, các tổ chức hiệp hội và cả những người dân.

Thực hiện TNXH có vai trò vô cùng quan trọng đối với doanh nghiệp nói chung, tại Viễn thông Hải Dương nói riêng. Vì vậy, phải đặt vấn đề TNXH doanh nghiệp ở trung tâm của chiến lược kinh doanh. Tuy nhiên, việc thực hiện TNXH doanh nghiệp không phải là công việc đơn giản. Để thực hiện TNXH thành công trên thị trường, các doanh nghiệp, trong đó có Viễn thông Hải Dương phải thay đổi nhận thức về vai trò TNXH trong kinh doanh. Cần phân tích hoàn cảnh kinh doanh cụ thể để lựa chọn giải pháp tăng cường TNXH doanh nghiệp phù hợp.

Với mục tiêu đặt ra, luận văn đã hoàn thành và đạt được những kết quả sau đây

- Đã tổng kết, hệ thống hóa cơ sở lý luận về TNXH của doanh nghiệp, bao gồm khái niệm, các khía cạnh TNXH, vai trò cũng như công cụ đánh giá TNXH của doanh nghiệp.

- Phân tích, đánh giá thực trạng thực hiện TNXH tại Viễn thông Hải Dương. Trên cơ sở đó rút ra những kết quả đạt được, những hạn chế và nguyên nhân làm căn cứ đề xuất giải pháp tiếp tục thực hiện TNXH tại Viễn thông Hải Dương.

- Thông qua cơ sở lý luận và thực trạng thực hiện TNXH tại Viễn thông Hải Dương, nghiên cứu đề xuất một số giải pháp tăng cường thực hiện TNXH tại Viễn thông Hải Dương

Qua kết quả nghiên cứu luận văn, có thể kết luận một số nội dung sau:

*Thứ nhất:* Trong nền kinh tế thị trường với môi trường cạnh tranh gay gắt như hiện nay, Việt Nam đang từng bước mở cửa nền kinh tế để hòa nhập với nền kinh tế khu vực và thế giới, thực hiện TNXH của doanh nghiệp là điều kiện không thể thiếu để đảm bảo cho sự tồn tại và phát triển doanh nghiệp, trong đó có Viễn thông Hải Dương.

*Thứ hai:* Áp dụng các giải pháp tăng cường thực hiện TNXH doanh nghiệp trên cơ sở phân tích, đánh giá chính xác thực trạng hoạt động của từng đơn vị để đề xuất các giải pháp cụ thể, gắn với điều kiện, hoàn cảnh thực tế của đơn vị mới đạt được kết quả mong muốn.

*Thứ ba:* Thay đổi nhận thức và có nhận thức đúng đắn về thực hiện TNXH là việc làm cần thiết, trước hết để nâng cao hiệu quả kinh tế hoạt động kinh doanh nhằm đảm bảo cho sự phát triển bền vững của Viễn thông Hải Dương.

Hạn chế của luận văn là câu hỏi khảo sát chưa nhiều, mẫu nghiên cứu mới ở mức trung bình. Khi đánh giá việc thực hiện TNXH của Viễn thông Hải Dương mới chỉ nhìn trên khía cạnh nội bộ (tức là từ báo cáo nội bộ và đánh giá của người lao động trong đơn vị) mà chưa xem xét dưới góc nhìn của các bên liên quan như khách hàng, đối tác, các tổ chức sản xuất... Từ hạn chế này mở ra những hướng nghiên cứu mới.



Trong khuôn khổ giới hạn của một luận văn cao học, mặc dù đã cố gắng nghiên cứu một cách tổng quát các vấn đề trên, tuy nhiên do khả năng kiến thức còn hạn chế nên việc trình bày, phân tích, đánh giá chưa được đầy đủ toàn diện và sâu sắc, chắc chắn không tránh khỏi những thiếu sót. Tác giả rất mong nhận được sự đóng góp ý kiến của các thầy cô giáo và đồng nghiệp.

Trân trọng cảm ơn !

## DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1]. Nguyễn Thị Kim Chi (2014), “Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp Việt Nam trong bối cảnh toàn cầu hóa: Nhận diện cơ hội và thách thức”, *Kỷ yếu Hội nghị khoa học cán bộ trẻ và học viên sau đại học năm 2014*, Trường Đại học KHXH&NV, Đại học Quốc gia Hà Nội, tr.770-779.
- [2]. Nguyễn Thị Kim Chi (2017), “Vai trò của nhà nước và cộng đồng đối với việc thực hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp”, *Tạp chí Khoa học xã hội Việt Nam* (8), tr.32-37.
- [3]. Đỗ Minh Cương (2001), *Văn hóa kinh doanh và Triết lý kinh doanh*, NXB Chính trị quốc gia, Hà Nội.
- [4]. Nguyễn Thanh Đức (2011), *Kinh tế thế giới hai thập kỷ đầu thế kỷ 21: Xu hướng và tác động chủ yếu*, NXB Khoa học xã hội, Hà Nội.
- [5]. Phạm Văn Đức (2009), “Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp ở Việt Nam: Một số vấn đề lý luận và thực tiễn cấp bách”, *Tạp chí Triết học* (2/213), tr.16-23.
- [6]. Gerd Mutz (2009), “Trách nhiệm doanh nghiệp ở Việt Nam: Sự thách thức đối với doanh nghiệp, chính phủ và xã hội dân sự”, *Tạp chí Triết học* (2/213), tr.24-29.
- [7]. Lê Thanh Hà (2009), *Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp trong bối cảnh Việt Nam gia nhập WTO và hội nhập kinh tế quốc tế*, NXB Khoa học và Kỹ thuật, Hà Nội.
- [8]. Trần Kim Hào (2011), “Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp vấn đề đặt ra từ thực tế ở Việt Nam”, *Tạp chí Quản lý kinh tế* (43), tr.29-34.
- [9]. Trần Thị Hiền (2017), “Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (CSR) – Sự phát triển của nội hàm và xu hướng nghiên cứu”, *Tạp chí Kinh tế Đối ngoại* (99).
- [10]. Trần Thị Hiền, Nguyễn Hồng Quân (2021), *Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp Việt Nam: Nhìn từ khía cạnh lao động*, NXB Đại học Kinh tế Quốc dân, Hà Nội.

- [11]. Phạm Đức Hiếu (2011), “Các nhân tố ảnh hưởng tới thực hiện và báo cáo trách nhiệm xã hội của các doanh nghiệp Việt Nam”, *Tạp chí Phát triển kinh tế* (246), tr.10-16.
- [12]. Đỗ Thị Kim Hoa (2009), “Xây dựng đạo đức kinh doanh – Cơ sở cho việc thực hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp”, *Tạp chí Triết học* (10/221), tr.80-84.
- [13]. Đỗ Thị Phi Hoài (2009), *Văn hóa doanh nghiệp*, NXB Tài chính, Hà Nội.
- [14]. Nguyễn Thị Liên (2019), *Thực trạng hoạt động trách nhiệm xã hội tại Tổng công ty Đông Bắc*, Luận văn thạc sĩ Trường Đại học Ngoại thương.
- [15]. Dương Thị Liễu (2011), *Giáo trình Văn hóa kinh doanh*, NXB Đại học Kinh tế Quốc dân, Hà Nội.
- [16]. Trần Anh Phương (2009), “Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp và thực tiễn vận dụng ở Việt Nam hiện nay”, *Tạp chí Triết học* (8/219), tr.23-31
- [17]. Nguyễn Mạnh Quân (2007), *Giáo trình Đạo đức kinh doanh và văn hóa công ty*, NXB Đại học Kinh tế Quốc dân, Hà Nội.
- [18]. Lê Doãn Tá (2010), *Văn hóa doanh nghiệp nền tảng phát triển kinh tế doanh nghiệp thời kỳ 2011 – 2020: Lý luận và thực tiễn phương Đông, phương Tây*, NXB Chính trị Quốc gia, Hà Nội.
- [19]. Nguyễn Đình Tài (2009), *Tăng cường trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp đối với người tiêu dùng và đối với môi trường ở Việt Nam vì sự phát triển bền vững*, Đề tài nghiên cứu khoa học cấp Bộ, Viện Nghiên cứu quản lý kinh tế Trung ương.
- [20]. Nguyễn Đình Tài (2010), “Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp và các vấn đề đặt ra hôm nay”, *Tạp chí Kinh tế và dự báo* (2), tr.8-10.
- [21]. Lê Minh Tiến, Phạm Như Hồ (2009), *Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp*, NXB Tri thức.
- [22]. Nguyễn Ngọc Thắng (2015), *Trách nhiệm xã hội doanh nghiệp*, NXB Đại học Quốc gia Hà Nội.

[23]. Nguyễn Ngọc Thắng (2010), “Gắn Quản trị nhân sự với trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp”, *Tạp chí Khoa học ĐH Quốc gia Hà Nội, Kinh tế và Kinh doanh* (26), tr.232-238.

[24]. Phan Văn Thiện, *Nghiên cứu trách nhiệm xã hội của Tập đoàn viễn thông quân đội Viettel*, Luận văn thạc sĩ Trường Đại học Kinh tế, Đại học Quốc gia Hà Nội.

[25]. Viễn thông Hải Dương, *Báo cáo Tổng kết năm 2018, 2019, 2020, 2021*.

[26]. Nguyễn Thị Yên (2020), “Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp theo quy định tại luật doanh nghiệp Việt Nam”, *Tạp chí Công thương*, Các kết quả nghiên cứu khoa học và ứng dụng công nghệ (29+30).

## **PHỤ LỤC 1: MẪU PHIẾU KHẢO SÁT HOẠT ĐỘNG TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI TẠI VIỆN THÔNG HẢI DƯƠNG**

Kính gửi Quý Ông/Bà!

Tôi là Đào Thị Thu Hà, đang là học viên cao học Quản trị Kinh doanh tại Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông. Hiện nay, tôi đang tiến hành nghiên cứu đề tài “Thực hiện trách nhiệm xã hội tại Viễn thông Hải Dương”.

Thưa Quý Ông/Bà, trách nhiệm xã hội đã trở nên phổ biến trong cộng đồng doanh nghiệp toàn cầu và được công nhận là yếu tố quan trọng để phát triển doanh nghiệp và xã hội. Theo Hội đồng Kinh doanh thế giới về sự phát triển bền vững: *“Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp là cam kết của doanh nghiệp đóng góp vào việc phát triển kinh tế bền vững thông qua việc tuân thủ chuẩn mực về bảo vệ môi trường, bình đẳng giới, an toàn lao động, quyền lợi lao động, trả lương công bằng, đào tạo và phát triển nhân viên, phát triển cộng đồng, đảm bảo tốt chất lượng sản phẩm... theo cách có lợi cho doanh nghiệp cũng như cho sự phát triển chung của xã hội”*.

Mục tiêu của cuộc khảo sát này nhằm đánh giá một cách khách quan hiện trạng thực hiện trách nhiệm xã hội tại Viễn thông Hải Dương, từ đó đưa ra các giải pháp điều chỉnh phù hợp. Rất mong các Quý Ông/Bà có thể dành cho tôi chút thời gian để đọc và trả lời phiếu khảo sát dưới đây.

Tôi xin cam kết các dữ liệu thu thập được từ phiếu khảo sát và đánh giá của Quý Ông/Bà cung cấp chỉ được sử dụng trong phạm vi nghiên cứu khoa học của đề tài Luận văn Thạc sỹ này. Các thông tin cá nhân của Quý Ông/Bà sẽ được giữ kín, bảo mật.

Xin chân thành cảm ơn!

**Phần 1: Thông tin chung**

Xin Ông/Bà vui lòng cho biết một số thông tin về bản thân.

1. Giới tính:

A: Nam

B: Nữ

2. Thâm niên công tác:

A: Dưới 1 năm

B: Từ 1-5 năm

C: Từ 5-10 năm

D: Trên 10 năm

3. Trình độ học vấn:

A: Sơ cấp

B: Trung cấp, Cao đẳng

C: Đại học

D: Sau đại học

4. Vị trí công việc

A: Công nhân/Nhân viên

B: Tổ trưởng

C: Chuyên viên

D: Quản lý cấp trung

**Phần 2: Ý kiến tham khảo**

1. Ông/Bà đã từng nghe tới khái niệm “Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp” chưa?

A: Chưa từng nghe

B: Đã nghe

2. Ông/Bà hiểu khái niệm “Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp” ở mức độ nào?

A: Tôi chưa biết gì về TNXH

B: Tôi hiểu một chút về TNXH

C: Tôi tương đối hiểu về TNXH

D: Tôi rất hiểu về TNXH

3. Theo Ông/Bà, vấn đề thực hiện trách nhiệm xã hội đóng vai trò như thế nào đối với một doanh nghiệp?

A: Không có ý nghĩa gì

B: Bình thường

C: Quan trọng

D: Vai trò rất quan trọng

4. Theo Ông/Bà, lĩnh vực quan trọng nhất mà doanh nghiệp hướng tới khi thực hiện trách nhiệm xã hội là gì? (Lựa chọn duy nhất một phương án)

A: Kinh tế

B: Pháp luật

C: Đạo đức

D: Nhân văn

5. Ông/ Bà hãy cho biết các nhận định của bản thân đối với các yếu tố dưới đây (Đánh dấu vào phương án lựa chọn duy nhất)

1: Hoàn toàn không đồng ý

2: Không đồng ý

3: Bình thường

4: Đồng ý

5: Hoàn toàn đồng ý

STT	Các yếu tố	Mức độ đánh giá				
		1	2	3	4	5
<b>I</b>	<b>Nghĩa vụ kinh tế</b>					
1	Viễn thông Hải Dương đảm bảo trả lương, thưởng xứng đáng, công bằng cho người lao động.					
2	Viễn thông Hải Dương đảm bảo thanh toán tiền lương đầy đủ, kịp thời cho người lao động.					
3	Viễn thông Hải Dương thường xuyên tổ chức các lớp					

	đào tạo, bồi dưỡng kỹ năng thiết thực cho người lao động					
4	Viễn thông Hải Dương đảm bảo thời giờ làm việc, thời giờ nghỉ ngơi cho người lao động					
5	Viễn thông Hải Dương đã cung cấp cho khách hàng các dịch vụ viễn thông với chất lượng tốt, giá cả hợp lý					
<b>II</b>	<b>Nghĩa vụ pháp lý</b>					
6	Người lao động được đóng và hưởng đầy đủ chế độ Bảo hiểm bắt buộc theo quy định.					
7	Người lao động được trang bị đầy đủ phương tiện bảo vệ cá nhân khi làm việc.					
8	Hợp đồng lao động đã cụ thể và rõ ràng về quyền lợi và nghĩa vụ đối với người lao động					
<b>III</b>	<b>Nghĩa vụ đạo đức</b>					
10	Đáp ứng tốt yêu cầu của khách hàng về chất lượng phục vụ.					
11	Đáp ứng tốt yêu cầu của khách hàng về chất lượng dịch vụ.					
12	Viễn thông Hải Dương đã thực hiện các biện pháp để làm gọn, đẹp, an toàn mạng lưới.					
<b>IV</b>	<b>Nghĩa vụ nhân văn</b>					
13	Viễn thông Hải Dương thực hiện tốt truyền thống “Nghĩa tình”					
14	Đơn vị tích cực tham gia các hoạt động từ thiện nhân đạo vì mục tiêu an sinh xã hội.					
<b>V</b>	<b>Câu hỏi tổng hợp</b>					
15	Viễn thông Hải Dương đã thực hiện tốt TNXH của doanh nghiệp					

Xin trân trọng cảm ơn sự giúp đỡ của Quý Ông/Bà!