

TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI CỦA CÁC DOANH NGHIỆP ĐỆT MAY ĐỐI VỚI NGƯỜI LAO ĐỘNG TRONG BỐI CẢNH COVID-19: TIẾP CẬN TỪ HỆ THỐNG THÙ LAO

TS. Đỗ Thị Tươi

Trường Đại học Lao động - Xã hội

dothituoi@gmail.com

Tóm tắt: Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp là một trong những chìa khóa để doanh nghiệp có thể phát triển không chỉ phạm vi trong nước mà còn cả quốc tế. Các doanh nghiệp ngày càng chú trọng và quan tâm hơn đến việc thực hiện trách nhiệm xã hội. Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp không chỉ là đòi hỏi tất yếu của xã hội đối với doanh nghiệp, mà còn là tiêu chuẩn củng cố uy tín cho chính các doanh nghiệp để hội nhập và phát triển. Các doanh nghiệp dệt may cũng không ngoại lệ. Là một trong những ngành thâm dụng lao động, các doanh nghiệp dệt may đặc biệt chú trọng đến trách nhiệm xã hội đối với người lao động. Tuy nhiên, 2 năm trải qua đại dịch Covid-19, việc thực hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp dệt may có sự thay đổi. Nghiên cứu dưới đây thể hiện quan điểm của tác giả về trách nhiệm xã hội của các doanh nghiệp dệt may đối với người lao động trong bối cảnh Covid-19, tiếp cận từ hệ thống thù lao.

Từ khóa: Trách nhiệm xã hội, Covid-19, ngành dệt may, hệ thống thù lao

SOCIAL RESPONSIBILITIES OF TEXTILE AND GARMENT BUSINESSES WITH EMPLOYEES IN THE CONTEXT OF COVID-19: APPROACH FROM LABOUR REMUNERATION SYSTEM

Abstract: Corporate social responsibility is one of the keys for businesses to develop not only domestically but also internationally. Enterprises are paying more and more attention to the implementation of social responsibility. Corporate social responsibility is not only an indispensable requirement of society to businesses, but also a standard to strengthen the reputation of enterprises themselves for integration and development. Textile enterprises are no exception. As one of the labor-intensive industries, textile enterprises pay special attention to social responsibility for employees. However, after 2 years of experiencing Covid-19, the implementation of social responsibility of textile and garment enterprises has changed. The following research presents the author's view of the social responsibility of textile enterprises towards employees in the context of Covid-19, approached from the remuneration system.

Keywords: social responsibility, Covid-19, textile and garment industry, remuneration system

Mã bài báo: JHS - 48

Ngày nhận sửa bài: 8/6/2022

Ngày nhận bài: 15/5/2022

Ngày duyệt đăng: 20/6/2022

Ngày nhận phản biện: 24/5/2022

1. Đặt vấn đề

Ngành công nghiệp dệt may Việt Nam trong những năm gần đây đã có những bước tiến tích cực cả về sản xuất và xuất khẩu. Trong đó, tốc độ tăng trưởng trong sản xuất ngành dệt may bình quân giai đoạn 2016 - 2020 đạt 7,9%/năm, riêng năm 2018 tăng trên 33%. Với mục tiêu phát triển thành ngành mũi nhọn tập trung cho xuất khẩu, tạo thêm việc làm cho xã hội, tăng khả năng cạnh

tranh và hội nhập sâu rộng vào thị trường quốc tế. Để làm được điều này, toàn ngành đã xác định thực hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp, trong đó trách nhiệm đối với người lao động là chìa khóa quan trọng để doanh nghiệp phát triển bền vững.

Năm 2020, ngành dệt may là một trong những ngành chịu tác động tiêu cực và kéo dài của dịch Covid-19. Trong năm 2021, ngành dệt may đã có nhiều tín hiệu

khởi sắc hơn so với cùng kỳ năm trước nhờ chuỗi sản xuất phục hồi với đơn hàng truyền thống tăng trở lại. Tuy nhiên, trong bối cảnh dịch bệnh Covid-19, nhiều doanh nghiệp dật may rơi vào tình trạng khó khăn, hoạt động sản xuất kinh doanh giảm sút nghiêm trọng ảnh hưởng khá nhiều đến việc thực hiện trách nhiệm xã hội đối với người lao động. Trên cơ sở khảo sát 300 người lao động đang làm việc tại các doanh nghiệp dệt may, bài viết đã đánh giá được tình hình thực hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp dệt may đối với người lao động trong bối cảnh Covid-19 thông qua hệ thống thù lao.

2. Cơ sở lý thuyết

2.1. Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp

Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp là thuật ngữ xuất hiện lần đầu tiên vào năm 1953. Tuy nhiên, từ đó cho đến nay, thuật ngữ trách nhiệm xã hội đang được hiểu theo nhiều cách khác nhau.

Theo Ngân hàng thế giới (2003) thì trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp là sự cam kết của doanh nghiệp vào việc phát triển kinh tế bền vững, thông qua những hoạt động nhằm nâng cao chất lượng đời sống của người lao động và các thành viên gia đình họ, cho cộng đồng và toàn xã hội. Kotler & Lee (2005) lại cho rằng trách nhiệm xã hội là sự cam kết cải thiện phúc lợi cộng đồng thông qua các hoạt động kinh doanh tự nguyện và sự đóng góp các nguồn lực của doanh nghiệp.

Trách nhiệm xã hội còn được định nghĩa là sự kết hợp của các nguyên tắc, thực hành và chiến lược giúp một công ty tăng cường mối quan hệ với các bên liên quan, cũng như với môi trường (Ghosh và cộng sự, 2019). Hoạt động kinh doanh của một công ty có mối liên hệ chặt chẽ với các khía cạnh đạo đức và môi trường, và về mặt này, trách nhiệm xã hội được coi là thành phần quan trọng trong các chiến lược kinh doanh và hoạt động điều hành của công ty (Kim và cộng sự, 2017). Trong bối cảnh hiện nay, việc đảm bảo cân bằng giữa lợi nhuận kinh doanh và lợi ích xã hội được coi là một chiến lược trách nhiệm xã hội đáng khen ngợi đối với sự phát triển của doanh nghiệp về lâu dài (He & Harris, 2020).

Như vậy, hiện nay có khá nhiều quan điểm và khái niệm về trách nhiệm xã hội khác nhau, nhưng tựu trung lại có thể hiểu trách nhiệm xã hội doanh nghiệp như sau: Một là, sự tự cam kết của doanh nghiệp thông qua việc xây dựng và thực hiện hệ thống các quy định về quản lý của doanh nghiệp, bằng phương pháp quản lý thích hợp trên cơ sở tuân thủ pháp luật hiện hành, nhằm kết hợp hài hòa lợi ích của doanh nghiệp, người lao động, Nhà nước và xã hội. Hai là, việc ứng xử trong quan hệ lao động của doanh nghiệp nhằm đảm bảo lợi ích của người lao động, doanh nghiệp, khách hàng và cộng đồng; bảo vệ người tiêu dùng và tuân thủ các quy định của pháp luật nhằm đạt được mục tiêu chung là phát triển bền vững.

2.2. Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp đối với người lao động

Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp là cam kết của doanh nghiệp đối với đạo đức kinh doanh và đóng góp vào phát triển kinh tế bền vững, nâng cao chất lượng cuộc sống cho người lao động và gia đình, cộng đồng địa phương và xã hội nói chung. Theo đó, trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp đối với người lao động là trách nhiệm xã hội đối với người lao động là cam kết của doanh nghiệp trong việc thực hiện những nghĩa vụ của doanh nghiệp đối với người lao động, đảm bảo các quyền lợi về vật chất và tinh thần của người lao động trong sự hài hòa lợi ích với các bên liên quan.

Người lao động có năng lực, có trình độ, chuyên môn cao chính là yếu tố quyết định đến năng suất và chất lượng sản phẩm, dịch vụ của doanh nghiệp. Việc cam kết cao về môi trường làm việc, phúc lợi tốt, cơ hội thăng tiến cho người lao động là một thách thức với doanh nghiệp ở các nước đang phát triển, trong đó có Việt Nam do có số lượng lớn lao động phổ thông, giản đơn còn lực lượng lao động có trình độ tay nghề, chuyên môn tốt đặc biệt trong các lĩnh vực kỹ thuật cao lại thiếu và chất lượng không đồng đều.

Doanh nghiệp thực hiện trách nhiệm xã hội với người lao động thông qua chi phí phúc lợi cho cán bộ công nhân viên, người lao động. Doanh nghiệp quan tâm, chăm lo tới đời sống tinh thần, sức khỏe không chỉ đối với người lao động mà còn quan tâm tới con cái, cha mẹ của họ. Một số doanh nghiệp còn đưa việc thực hiện trách nhiệm xã hội với người lao động vào chiến lược sản xuất kinh doanh của họ thông qua các chính sách đào tạo và phát triển nguồn nhân lực có chất lượng cao, đáp ứng được yêu cầu công việc. Những doanh nghiệp này họ đã nhận thức được tầm quan trọng của việc thực hiện trách nhiệm xã hội đối với người lao động bởi họ hiểu rõ rằng năng suất và chất lượng sản phẩm, dịch vụ của doanh nghiệp được quyết định bởi đội ngũ lao động có trình độ tay nghề giỏi, chuyên môn cao. Trên thế giới đã có không ít doanh nghiệp đã luôn chú trọng đến yếu tố đạo đức kinh doanh, xây dựng môi trường làm việc tốt, bền vững, thiết lập mối quan hệ tốt, cởi mở với nhân viên, người lao động, tạo điều kiện giúp họ thỏa sức sáng tạo, cống hiến, do vậy đã thu hút, tuyển dụng được nhiều người tài về cho doanh nghiệp, mang lại các giá trị cao trong hoạt động sản xuất kinh doanh cho doanh nghiệp.

2.3. Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp đối với người lao động trong bối cảnh Covid-19 tiếp cận từ hệ thống thù lao

Như đã đề cập ở mục 2.2, trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp đối với người lao động thể hiện ở nhiều khía cạnh, nội dung khác. Hệ thống thù lao là một trong

những nội dung quan trọng nhất, thể hiện doanh nghiệp đảm bảo quyền lợi của người lao động trong quá trình làm việc. Thù lao lao động có thể coi là một đòn bẩy quan trọng để nâng cao hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp. Thù lao lao động có ảnh hưởng lớn đến lựa chọn công việc, tình hình thực hiện công việc của người lao động. Từ đó, quyết định đến chất lượng sản phẩm, hiệu quả sản xuất của doanh nghiệp. Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp trong bối cảnh Covid-19 thể hiện tập trung ở 3 vấn đề:

Tiền lương: doanh nghiệp phải đảm bảo trả lương cho người lao động đúng với quy định của pháp luật, trong đó, mức lương thấp nhất phải cao hơn hoặc bằng mức lương tối thiểu của doanh nghiệp. Đồng thời, trả lương phải đảm bảo tính công bằng, tránh tình trạng nợ lương, chậm trả lương cho người lao động.

Khuyến khích tài chính: Doanh nghiệp cần áp dụng các chương trình khuyến khích tài chính khác nhau nhằm khuyến khích, động viên người lao động. Các chương trình khuyến khích tài chính phải linh hoạt, đúng đối tượng và gắn với mục tiêu của doanh nghiệp.

Phúc lợi: Phúc lợi của doanh nghiệp là yếu tố không chỉ thu hút và còn tạo sự gắn bó, trung thành của người lao động với tổ chức. Trong bối cảnh Covid-19, phúc lợi thể hiện được sự quan tâm, trách nhiệm của doanh nghiệp đối với đời sống của người lao động. Phúc lợi có nhiều chương trình khác nhau như bảo hiểm, chăm sóc sức khỏe, nhà ở... cho cán bộ công nhân viên.

Thù lao lao động là yếu tố không thể thiếu để tạo động lực làm việc cho người lao động. Doanh nghiệp cần thực hiện đúng trách nhiệm của mình để đảm bảo quyền

lợi cho người lao động ngay cả khi doanh nghiệp gặp khó khăn (chẳng hạn khó khăn do Covid-19). Với bối cảnh cụ thể thì việc thiết kế một hệ thống thù lao lao động phải linh hoạt, đảm bảo cạnh tranh và phù hợp với thực tiễn.

3. Phương pháp nghiên cứu

Nguồn thu thập số liệu, số liệu được thu thập bao gồm các số liệu thứ cấp và số liệu sơ cấp. Số liệu thứ cấp được thu thập từ các báo cáo của Viện Khoa học Lao động và Xã hội, Viện Công nhân và Công đoàn... Số liệu sơ cấp dựa trên khảo sát của tác giả. Tác giả đã xây dựng phiếu khảo sát gửi tới 300 người lao động đang làm việc tại 5 doanh nghiệp dệt may, bao gồm 30 lao động quản lý, 50 nhân viên và 220 công nhân sản xuất. Phiếu khảo sát được thiết kế gồm các câu hỏi khác nhau nhằm khai thác đánh giá của người lao động về tình hình thực hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp trên các khía cạnh như tiền lương, tiền thưởng và phúc lợi.

Số liệu sau khi thu thập được, tác giả đã sử dụng phương pháp thống kê mô tả, phân tích và đánh giá để đạt được mục tiêu nghiên cứu.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Tình hình tiền lương và thu nhập của người lao động tại các doanh nghiệp may mặc trong bối cảnh Covid-19

May mặc là một trong năm ngành thâm dụng lao động nhất hiện nay tại Việt Nam bên cạnh các ngành: sản xuất và chế biến thực phẩm, da giày, chế biến gỗ và sản xuất sản phẩm điện tử. Chịu tác động chung của Covid-19, tiền lương của người lao động của ngành dệt may nói riêng và các ngành còn lại nói chung đều có xu hướng giảm xuống (Bảng 1).

Bảng 1. Tiền lương bình quân của lao động làm công hưởng lương phân theo 5 ngành thâm dụng lao động
ĐVT: nghìn đồng

Ngành thâm dụng lao động\Năm	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Sản xuất, chế biến thực phẩm	2.876	3.428	3.767	4.054	4.290	4.733	5.150	6.013	6.112	5.901
Dệt may	3.562	3.720	4.084	4.217	4.700	4.960	5.324	6.087	6.270	6.165
Da giày	3.765	4.084	4.511	4.630	5.075	5.508	5.998	6.699	6.826	6.649
Chế biến gỗ	2.687	2.997	3.451	3.502	3.706	4.386	4.460	5.227	5.445	5.049
Sản xuất sản phẩm điện tử	4.566	4.881	5.123	5.208	6.052	6.112	6.527	7.364	7.368	7.242

Nguồn: Nguyễn Thị Huyền, 2021

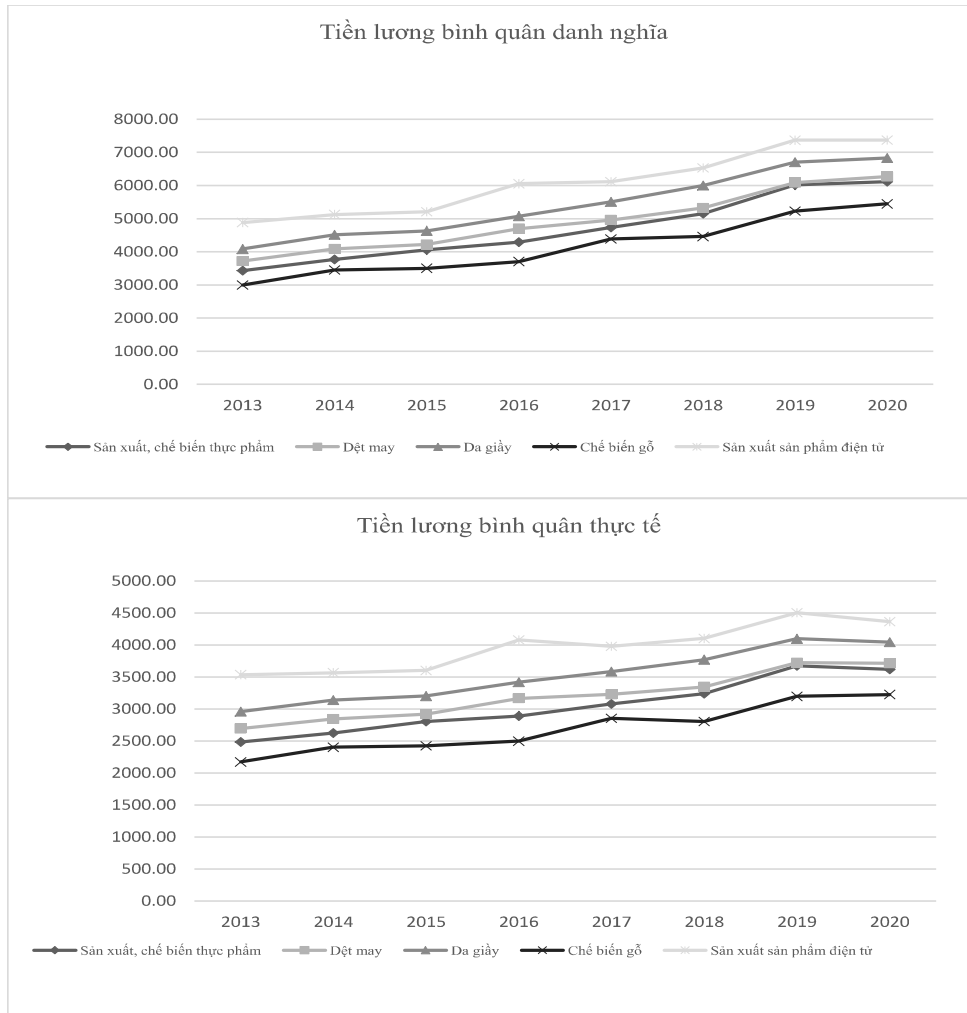
Không tính năm 2021 do tác động của đại dịch Covid-19, sản xuất và chế biến thực phẩm, dệt may và da giày là 3 ngành có tốc độ gia tăng tiền lương thực tế tăng đều qua các năm từ 2013 - 2020. Đến năm 2021, chịu tác động chung của Covid-19, ngành dệt may cũng như các ngành thâm dụng lao động khác bị ảnh hưởng nặng nề.

Do đó, tiền lương bình quân chung của toàn ngành giảm xuống so với năm 2020. Trong đó, ngành chế biến gỗ là ngành có mức giảm cao nhất so với 4 ngành còn lại, mức tiền lương bình quân của người lao động giảm 7,2% so với năm 2020, cao hơn mức giảm chung của ngành công nghiệp chế biến chế tạo. Ngành dệt may có mức giảm

thấp nhất trong 5 ngành, cụ thể: tiền lương bình quân năm 2021 thấp hơn 1,67% so với năm 2021. Một trong những lý do dẫn đến kết quả này đó là doanh nghiệp dệt may đã kịp thời chuyển sang cung cấp các sản phẩm phục

vụ bảo vệ sức khỏe như khẩu trang y tế, trang phục bảo hộ, găng tay y tế. Chính vì vậy, mức độ giảm tiền lương của ngành dệt may thấp hơn so với các ngành thâm dụng lao động khác.

Hình 1. Tiền lương bình quân thực tế và danh nghĩa một số ngành thâm dụng lao động



Nguồn: Nguyễn Thị Huyền, 2021

Tuy nhiên, xét về tốc độ gia tăng tiền lương thực tế, ngành sản xuất và chế biến thực phẩm có tốc độ gia tăng tiền lương cao nhất trong toàn giai đoạn (bình quân 5,91%/năm), tiếp theo là ngành chế biến gỗ (5,84%/năm), da giày (4,94%/năm). Sản xuất sản phẩm điện tử và dệt may là 2 ngành có tốc độ gia tăng tiền lương bình quân thực tế thấp nhất (lần lượt đạt 3,64%/năm và 4,91%/năm).

Kết quả nghiên cứu khảo sát của Oxfam và nhóm chuyên gia thuộc Viện Công nhân và Công đoàn (2019), có tới 69% công nhân cho biết họ không có đủ tiền để trang trải nhu cầu sinh hoạt của mình, 31% không tiết kiệm được gì từ tiền lương, 37% luôn ở trong tình trạng vay nợ bạn bè và 96% không bao

giờ hoặc hiếm khi đi ăn hàng. Đặc biệt, có 23% công nhân đang sống trong các điều kiện nhà ở tạm bợ và 44% cho biết đang sử dụng nước giếng và nước mưa. Lương cơ bản của công nhân may đạt khoảng 5,1 triệu đồng, chiếm tới 64% tổng thu nhập, đây là khoản chắc chắn mà người lao động được nhận hàng tháng. Các khoản phụ cấp, lương tăng ca, thưởng khác chiếm đến 36% tổng thu nhập. Đây là khoản có thể bị trừ hoặc không nhận được vào những giai đoạn ít việc. Qua đó, cho thấy cuộc sống của người công nhân may mặc rất bấp bênh. Hơn nữa, nếu tính mức chênh lệch giữa thu - chi trong tháng, có tới 80% lao động ngành may có thu nhập thực tế dưới 5 triệu/tháng; trong đó có hơn 10% có mức chi lớn hơn mức thu.

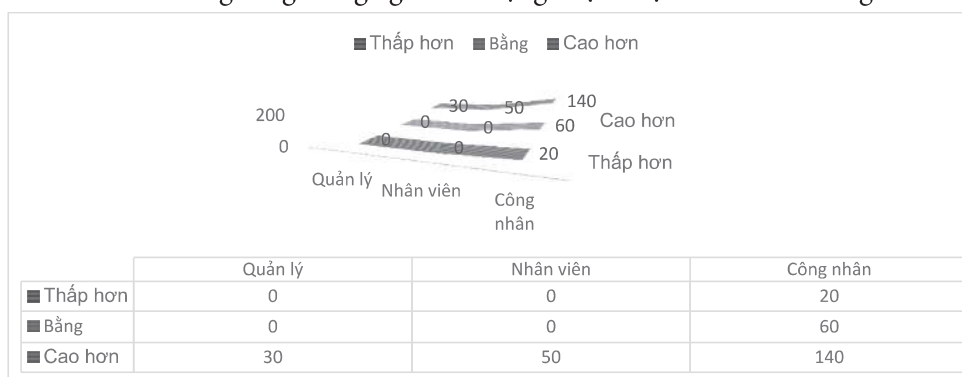
4.2. Đánh giá tình hình thực hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp dệt may đối với người lao động trong bối cảnh Covid-19 thông qua hệ thống thù lao

Kết quả khảo sát 300 người lao động (30 lao động quản lý, 50 nhân viên và 220 công nhân) đánh giá tình hình thực hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp dệt may đối với người lao động trong thời gian Covid-19 bùng phát cho kết quả như sau:

Về tiền lương

Đối với cán bộ quản lý và nhân viên, tiền lương nhận được đều cao hơn mức lương tối thiểu vùng. Đối với công nhân, có 140/220 người (chiếm 63,7%) nhận được tiền lương cao hơn mức lương tối thiểu vùng; 60/220 người (chiếm 27,3%) nhận được tiền lương bằng mức lương tối thiểu và 20/220 người (chiếm 9,1%) nhận được tiền lương thấp hơn mức lương tối thiểu vùng.

Hình 2. Tiền lương hàng tháng người lao động nhận được so với tiền lương tối thiểu



Nguồn: Kết quả khảo sát của tác giả

Với thời hạn trả lương, có 201/300 người lao động được trả lương đúng kỳ hạn của hợp đồng lao động (chiếm 66%); 71/300 người lao động được trả lương chậm so với kỳ hạn và được thực hiện đền bù theo lãi suất (chiếm 23,7%); 28/300 người lao động được trả lương chậm so với kỳ hạn và không được thực hiện đền bù theo lãi suất (chiếm 9,3%).

Với sự công bằng trong trả lương, có 212/300 người lao động cho rằng doanh nghiệp đã trả lương công bằng (chiếm 70,7%); 29,3% người lao động cho rằng doanh nghiệp trả lương không công bằng. Tìm hiểu nguyên nhân vấn đề này thì có 62/88 người (chiếm 22,7%) cho biết doanh nghiệp trả lương chưa gắn với mức độ phức tạp của công việc và điều kiện làm việc; 41/88 người (46,6%) cho biết doanh nghiệp trả lương chưa gắn với năng lực của người lao động và 12/88 người (13,6%) cho biết doanh nghiệp trả lương chưa gắn với kết quả thực hiện công việc cũng như mức độ đóng góp của từng người.

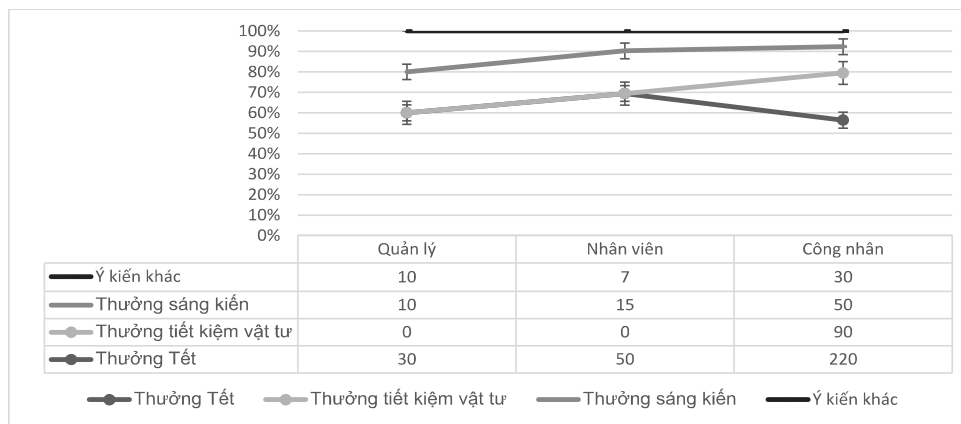
Như vậy, trong thời gian dịch bệnh Covid-19, bên cạnh sự nỗ lực của nhiều doanh nghiệp trong việc thực hiện trách nhiệm xã hội đối với người lao động thì vẫn còn có một số doanh nghiệp chưa thực hiện đúng cam kết này. Một vài doanh nghiệp thực hiện trả lương thấp cho người lao động, trả lương chậm, thậm chí không thực hiện đền bù theo lãi suất. Bên cạnh đó, một số

doanh nghiệp chưa thực sự trả lương công bằng. Việc trả lương thấp không đúng thỏa thuận hay trả lương chậm có nhiều nguyên nhân khác nhau. Một trong những nguyên nhân có thể dẫn đến tình trạng trên đó là ảnh hưởng của đại dịch Covid-19 đến kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh của nhiều doanh nghiệp dệt may bị ngưng trệ. Doanh nghiệp cần có những phương hướng, chiến lược kinh doanh hiệu quả nhằm phục hồi ngành dệt may sau đại dịch Covid-19. Tuy nhiên, về phân phối tiền lương chưa công bằng, các doanh nghiệp cần xây dựng hệ thống tiền lương hiệu quả, phương án phân phối tiền lương cho các nhóm đối tượng khác nhau và đảm bảo mức độ đóng góp cũng như năng lực của từng người.

Về khuyến khích tài chính

Tuy gặp nhiều khó khăn trong giai đoạn dịch bệnh Covid-19 nhưng các doanh nghiệp dệt may vẫn nỗ lực để trả thưởng cho người lao động. 100% người lao động tham gia khảo sát đều cho biết doanh nghiệp có trả thưởng trong thời gian dịch bệnh Covid-19. Tuy nhiên, việc áp dụng các hình thức cũng như chương trình khuyến khích tài chính khác nhau. Hình thức phổ biến mà các doanh nghiệp sử dụng đó là trả thưởng. 100% lượt lựa chọn của người lao động là doanh nghiệp thưởng bằng tiền mặt và 35% lượt lựa chọn (105/300 người) là doanh nghiệp thưởng bằng hiện vật.

Hình 3. Các chương trình thưởng của doanh nghiệp dệt may trong bối cảnh đại dịch Covid-19



Nguồn: Kết quả khảo sát của tác giả

Các chương trình thưởng của doanh nghiệp khá đa dạng. 100% người lao động tham gia khảo sát được nhận thưởng tết. Trong khi đó, có 90/300 lượt lựa chọn thưởng tiết kiệm vật tư là công nhân (chiếm 30%); 75/300 lượt lựa chọn được thưởng do có sáng kiến cải tiến làm lợi cho doanh nghiệp (chiếm 25%); 53/300 lượt lựa chọn thưởng khác như phân chia năng suất, lợi nhuận...

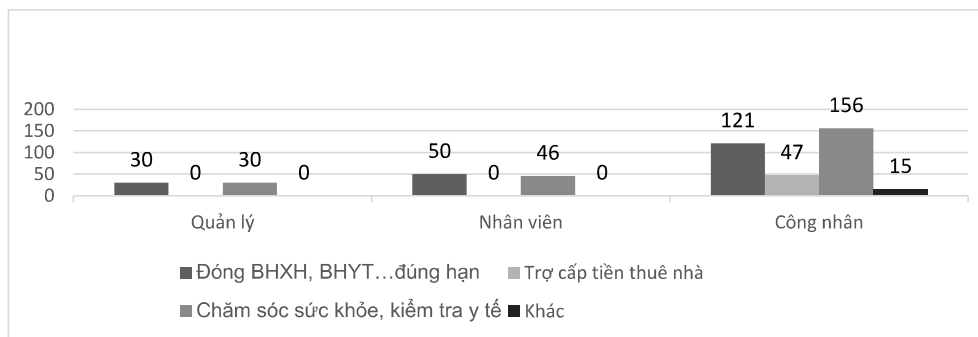
Đánh giá mức độ hài lòng của người lao động về tiền thưởng thì có 189/300 người lao động hài lòng (chiếm 63%) và 111/300 người lao động không hài lòng (chiếm 37%). Trong số người lao động có ý kiến không hài lòng thì tỷ lệ công nhân chiếm đa số với 87/111 người (78,3%); lao động quản lý là 3 người (chiếm 2,7%) và nhân viên 21 người (chiếm 18,9%). Số người lao động không hài lòng về thưởng của doanh nghiệp chủ yếu là các nguyên nhân như thưởng không công bằng, chưa gắn với thành tích (chiếm 52,7%); mức thưởng thấp (chiếm 46,3%) và trả thưởng chậm (21,2%).

Qua đánh giá của người lao động về thực hiện các chương trình khuyến khích tài chính của doanh nghiệp dệt may, có thể thấy rằng, các doanh nghiệp đã chủ động xây dựng các chương trình khuyến khích khác nhau cho người lao động. Đa số doanh nghiệp dệt may đã thực hiện khá tốt trách nhiệm xã hội đối với người lao động thông qua các hình thức thưởng, đặc biệt trong bối cảnh Covid-19. Tuy nhiên, có những khó khăn chung nên vẫn còn một số doanh nghiệp chưa thể xây dựng các chương trình khuyến khích phù hợp để tạo động lực làm việc cho người lao động.

Về phúc lợi

Kết quả khảo sát về tình hình thực hiện các chương trình phúc lợi của doanh nghiệp dệt may cũng cho thấy được trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp. 278/300 người lao động (chiếm 92,7%) nhận được các khoản phúc lợi của doanh nghiệp. Trong đó, các loại phúc lợi cũng khác nhau.

Hình 4. Các chương trình phúc lợi phổ biến tại các doanh nghiệp dệt may trong giai đoạn Covid-19



Nguồn: Kết quả khảo sát của tác giả

Các khoản phúc lợi mà doanh nghiệp dệt may áp dụng đó là duy trì đóng bảo hiểm xã hội, bảo hiểm y tế cho người lao động đúng hạn (201/278 lượt lựa chọn chiếm 72,3%); chăm sóc sức khỏe, kiểm tra y tế (232/278 lượt lựa chọn chiếm 83,4%), trợ cấp tiền thuê

nhà ở (47/278 lượt lựa chọn chiếm 19,6%) và một số chương trình phúc lợi khác như (thuốc điều trị Covid, hỗ trợ tiền thuê nhà cho công nhân...).

Đánh giá mức độ hài lòng về các chương trình phúc lợi của doanh nghiệp thì cho thấy 177/300 người lao động

hài lòng (chiếm 59%) và 123/300 người lao động không hài lòng (41%). Nguyên nhân chủ yếu bao gồm phúc lợi chưa kịp thời (45,6% tổng số lượt lựa chọn); chương trình phúc lợi không phù hợp (12,8% tổng số lượt lựa chọn) và mức trợ cấp phúc lợi không thỏa đáng (57,3% tổng số lượt lựa chọn).

Phúc lợi là một trong những khoản thù lao quan trọng của người lao động. Các doanh nghiệp cần đảm bảo các khoản phúc lợi bắt buộc mà người lao động được hưởng như bảo hiểm xã hội, bảo hiểm y tế và bảo hiểm thất nghiệp... Tùy vào từng điều kiện cụ thể của doanh nghiệp, doanh nghiệp có thể triển khai thêm các chương trình phúc lợi tự nguyện. Kết quả khảo sát cho thấy một số doanh nghiệp đã thực hiện đúng cam kết của mình đối với người lao động như đóng bảo hiểm đúng kỳ hạn và thực hiện chăm sóc sức khỏe cũng như đời sống của người lao động. Tuy nhiên, một số doanh nghiệp vẫn lơ là trong việc đóng bảo hiểm, chậm đóng và trốn đóng bảo hiểm cho người lao động vẫn còn. Mặc dù có những khó khăn nhất định do đại dịch Covid-19, các doanh nghiệp vẫn cần đảm bảo những quyền lợi của người lao động theo đúng cam kết.

5. Kết luận

Đại dịch Covid-19 đã ảnh hưởng nhiều đến đời sống, công việc và tinh thần của người lao động nói chung và người lao động trong ngành dệt may nói riêng. Chính vì vậy, để đảm bảo thực hiện đúng cam kết về trách nhiệm xã hội đối với người lao động, đòi hỏi các doanh nghiệp cần có sự chủ động trong các hoạt động nâng cao và triển khai các chính sách mới, các biện pháp khắc phục mới để thực hiện hiệu quả chiến lược sản xuất kinh doanh, qua đó nhằm mục đích đáp ứng được mong đợi và nhu cầu của người lao động. Có rất nhiều giải pháp để thể hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp đối với người lao động trong bối cảnh đại dịch Covid-19 chuyển sang trạng thái bình thường mới, tác giả khuyến nghị một số giải pháp sau đối với các doanh nghiệp dệt may như sau:

Chú trọng tới vai trò và quyền lợi của người lao

động: các công ty cần có chế độ lương bổng, phúc lợi thỏa đáng, đáp ứng nhu cầu của cuộc sống và tạo động lực để người lao động hứng thú với công việc; xây dựng môi trường làm việc an toàn, vệ sinh; giờ làm việc và nghỉ ngơi đảm bảo đúng quy định; đóng bảo hiểm xã hội và bảo hiểm y tế đầy đủ. Doanh nghiệp cần duy trì và giữ vững những ưu điểm đã đạt được tuy nhiên, cần phải tăng cường hơn nữa công tác đảm bảo về thời hạn trả lương, các chế độ lương, thưởng ngoài giờ, cân đối giữa phân thưởng và cống hiến, luôn tôn trọng nhân viên và thực hiện đầy đủ các chế độ về bảo hiểm cho nhân viên. Đặc biệt, với đặc thù ngành dệt may có phần lớn lao động là nữ nên các chế độ về thai sản, bảo hiểm cần được chú trọng hơn. Khi người lao động được đáp ứng về thu nhập, môi trường làm việc thì họ sẽ cống hiến hết mình cho doanh nghiệp.

Đại dịch Covid-19 đã làm cho người lao động lo lắng về sức khỏe và những người thân của họ, lo lắng về mất việc làm và thu nhập, thay đổi cách sống của con người. Vì vậy, doanh nghiệp cần thấu hiểu và giải quyết sự lo lắng và bất an của họ, đồng thời đẩy mạnh các hoạt động hỗ trợ sức khỏe tinh thần, cần duy trì các kênh trao đổi hai chiều để nắm bắt ý kiến của người lao động. Trong bối cảnh này, trách nhiệm xã hội của các doanh nghiệp thể hiện ở việc hỗ trợ tinh thần và tâm lý của người lao động.

Thời kỳ hậu Covid-19, doanh nghiệp cũng cần tổ chức những cuộc họp định kỳ để đánh giá công việc, khuyến khích người lao động trao đổi nhiều hơn, ghi nhận sự đóng góp của người lao động qua các cuộc trao đổi, đối thoại... để từ đó họ tích cực hơn trong việc đưa ra các ý kiến. Định kỳ nên 6 tháng/lần, phòng/bộ phận quản lý nhân sự trong doanh nghiệp có thể lấy phiếu đánh giá phản hồi của người lao động về nội quy, công việc, chính sách và đề xuất của người lao động. Thông qua phiếu đánh giá này, doanh nghiệp sẽ có cơ sở để thay đổi cho phù hợp hơn, đáp ứng được nhu cầu và nguyện vọng của người lao động./.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- He, H., & Harris, L. (2020). The Impact of Covid-19 Pandemic on Corporate Social Responsibility and Marketing Philosophy. *Journal of Business Research*. doi:10.1016/j.jbusres.2020.05.030
- Kim, H. L., Rhou, Y., Uysal, M., & Kwon, N. (2017). An examination of the links between corporate social responsibility (CSR) and its internal consequences. *International Journal of Hospitality Management*, 61, 26-34.
- Kotler, P. & Lee, N. (2005). *Corporate Social Responsibility: Doing the Most Good for Your Company and Your Cause*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
- Ghosh B, Herzig C & Mangena M. (2019). Controlling for sustainability strategies: findings from research and directions for the future. *Journal of Management Control*. 30(1):5-24. doi: 10.1007/s00187-019-00279-8.
- Huyền, N. T. (2021). *Báo cáo tổng hợp nhiệm vụ thường xuyên 2021, xu hướng tiền lương giai đoạn 2012 - 2021 và dự báo giai đoạn 2022 - 2025*. Viện Khoa học Lao động - Xã hội.
- The world bank Group. (2003). *Corporate Social Responsibility Practice*. <http://www.worldbank.org/privatesector>.