

TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI TRONG CHUYỂN ĐỔI SỐ VỚI CÁC DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA Ở VIỆT NAM

Phan Minh Đức¹, Dương Ngọc Anh²

Tóm tắt

Chuyển đổi số (CDS) là một nhu cầu tất yếu của các doanh nghiệp nói chung chứ không chỉ riêng các doanh nghiệp nhỏ và vừa ở Việt Nam trong bối cảnh toàn cầu hóa như hiện nay. Tuy nhiên, quá trình chuyển đổi số ấy được diễn ra có ảnh hưởng gì đến việc thể hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp, đặc biệt là của doanh nghiệp nhỏ và vừa, thì ít được nhắc đến. Nghiên cứu này tiếp cận quá trình phát triển và chuyển đổi sang không gian số của các doanh nghiệp nhỏ và vừa Việt Nam trong giai đoạn 2017-2021 với một số phương pháp định tính chọn lọc. Theo đó, từ quan điểm tiếp cận của lĩnh vực quản lý kinh tế, nghiên cứu đã chỉ ra được thực trạng nguồn lực yếu kém của cộng đồng doanh nghiệp nhỏ và vừa Việt Nam cho chuyển đổi số, rất cần hỗ trợ từ chính sách của Nhà nước và các dự án phát triển quốc tế. Đồng thời, quá trình chuyển đổi số đó cũng được phân tích để thấy cũng ẩn chứa nhiều vấn đề liên quan tới trách nhiệm xã hội của các doanh nghiệp đối với các bên liên quan như người lao động, đối tác kinh doanh, cộng đồng, chính phủ, môi trường và các loài sinh vật khác.

Từ khóa: trách nhiệm xã hội, doanh nghiệp, chuyển đổi số, CDS, CSR, SME.

SOCIAL RESPONSIBILITIES IN DIGITAL TRANSFORMATION OF SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES IN VIETNAM

Abstract

Digital transformation (DX) is an indispensable task that all of the enterprises, not limited to Viet Nam small and medium enterprises (SMEs), have to fulfill in the current globalisation context. Nevertheless, what kinds of impacts that the so-called DX process lays on the ability of enterprises in expressing their corporate social responsibilities (CSR), especially with the case of the SMEs, have not been in thorough considerations. Therefore, this paper approaches the development and transformation of Viet Nam SMEs into their cyber-space in the period from 2017 to 2021 with some chosen qualitative researching methods. Therein, from the perspectives of economic management, the research has revealed the current plight of the Viet Nam SME community in lacking necessary resources to conduct that DX, requiring the support from both Vietnamese Government and the international development projects. Simultaneously, analyses of DX process also point out the implications on companies' CSR regarding its stakeholders like employees, business partners, communities, government, environment and other living species.

Keywords: social responsibility, enterprise, digital transformation, DX, CSR, SME.

JEL classification: M; M12; M14.

1. Đặt vấn đề

Ngày từ năm 2017, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Chỉ thị 16/CT-TTg ngày 04 tháng 05 năm 2017 về việc tăng cường năng lực tiếp cận cuộc cách mạng công nghiệp (CMCN) lần thứ 4 trên tinh thần tiếp nối Nghị quyết số 19-2017/NQ-CP ngày 06 tháng 02 năm 2017, số 35/NQ-CP ngày 16 tháng 5 năm 2016 và số 36a/NQ-CP ngày 14 tháng 10 năm 2015 của Chính phủ. Hơn nữa, Bộ Chính trị cũng nhận định tình hình cuộc CMCN 4.0 rất cấp bách nên đã đưa ra quan điểm chỉ đạo trong Nghị quyết số 52-NQ/TW ngày 27 tháng 9 năm 2019 về một số chủ trương, chính sách chủ động tham gia cuộc CMCN lần thứ tư. Trong đó, một trong những chủ trương chính là

hoàn thiện thể chế tạo thuận lợi cho chủ động tham gia cuộc CMCN lần thứ tư và quá trình chuyển đổi số quốc gia. Ngay sau đó, Chính phủ đã cụ thể hóa chủ trương ấy bằng Nghị quyết số 50/NQ-CP ngày 17 tháng 04 năm 2020 ban hành Chương trình hành động của Chính phủ thực hiện Nghị quyết số 52-NQ/TW, và Quyết định số 749/QĐ-TTg ngày 03 tháng 06 năm 2020 về việc phê duyệt “Chương trình chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030” chỉ ra 04 loại hình doanh nghiệp công nghệ số và Đề án Hỗ trợ các doanh nghiệp nhỏ và vừa (DNNVV), doanh nghiệp ngành nghề truyền thống, doanh nghiệp sản xuất chuyển đổi sang cung cấp sản phẩm, dịch vụ trên các nền tảng số, sản xuất thông minh và

từng bước thực hiện tái cấu trúc doanh nghiệp, nâng cao năng lực nội tại của doanh nghiệp.

Trong quá trình chuyển đổi số (CDS) của mình, doanh nghiệp cần thực hiện chuyển đổi đồng bộ 03 nhóm công việc chính: (1) thay đổi về cơ bản hạ tầng số, (2) số hóa hệ thống quản trị truyền thống, và (3) số hóa các tư liệu sản xuất nhằm mang lại những bước nhảy vọt trong năng lực sản xuất của tổ chức. Bên cạnh các lợi ích CDS mang lại, quá trình đó cũng tạo ra những hệ lụy mà chính những doanh nghiệp đó cần phải đối mặt như thâm hụt ngân sách trong ngắn hạn khi đầu tư cho những chuyển biến toàn diện về hạ tầng số của doanh nghiệp, bố trí việc làm cho các lao động dôi dư khi số hóa và thay đổi hệ thống quản trị cũ, tiêu thụ năng lượng, phát xạ, phát thải trong quá trình vận hành hệ thống tư liệu sản xuất mới.

Theo kết quả của Tổng điều tra kinh tế năm 2017 do Tổng cục thống kê công bố năm 2018, số lượng doanh nghiệp nhỏ và vừa (SMEs) chiếm tới hơn 97% nhưng đóng góp cho ngân sách nhà nước chỉ ở mức xấp xỉ 20%. Điều này cho thấy số lượng nhiều nhưng những đóng góp thực tiễn của loại hình doanh nghiệp này ở Việt Nam vẫn còn khá hạn chế. Để nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh, tối ưu hóa lợi nhuận thông qua hoàn thiện quá trình quản lý và phương thức sản xuất kinh doanh, các SMEs nhất thiết phải nghĩ tới chuyển đổi số. Khi đó, những vấn đề được đặt ra đối với trách nhiệm xã hội của những doanh nghiệp đã chuyển đổi số này cần được nhận thức đầy đủ và bài bản để có thể giúp doanh nghiệp thích ứng. Từ góc nhìn của quản lý nhà nước về kinh tế, nghiên cứu cũng giúp cơ quan quản lý nhà nước hoạch định được những chính sách phù hợp thúc đẩy quá trình chuyển đổi số ấy nhằm tăng hiệu quả chung trong sử dụng các nguồn lực của nền kinh tế.

2. Cơ sở lý thuyết

2.1 Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp

Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (*Corporate Social Responsibility*, hay CSR) là một khái niệm được nghiên cứu nhiều bởi giới học giả trong những năm đầu của thập niên 2000. Chính vì vậy, khái niệm CSR được hiểu rất đa dạng theo nhiều quan điểm khác nhau của nhiều

nhóm nghiên cứu trên thế giới. Dahlsrud (2008) đã đưa ra một kết luận về các khía cạnh của CSR sau khi nghiên cứu hơn 30 quan điểm phổ biến trên thế giới. Theo đó, CSR liên quan tới trách nhiệm của doanh nghiệp về môi trường, xã hội, kinh tế, mối quan hệ với các bên liên quan và các khía cạnh tự nguyện trong hành động cũng như quyết định mà doanh nghiệp đó đưa ra. Đây chính là khía cạnh nhiều khi tạo ra những tranh luận học thuật về việc các doanh nghiệp hoạt động vì lợi nhuận là tối thượng hay vì phúc lợi của xã hội. Bên ủng hộ quan điểm lợi nhuận cho rằng doanh nghiệp thực hiện trách nhiệm xã hội tốt nhất là khi họ có thể tạo ra sự tăng trưởng trong lợi nhuận từ hoạt động sản xuất, kinh doanh. Bên ủng hộ quan điểm phúc lợi thì lại cho rằng doanh nghiệp không thể tách rời mình khỏi xã hội mà phải là một phần không thể tách rời của chính thể xã hội ấy nên họ không thể cứ làm giàu khi xã hội xung quanh đang gặp phải những biến cố và suy sụp (Samuel O. Idowu, Céline Louche, 2011).

Stéphanie Looser (2020) cho rằng có sự khác biệt trong cách thức ứng dụng các mô hình CSR trong các tổ chức doanh nghiệp lớn (với mô hình CSR được chuẩn hóa, tiếp cận một cách có hệ thống) với các doanh nghiệp nhỏ và vừa (với mô hình CSR kém chuẩn hóa hơn, tiếp cận không có hệ thống). Theo đó, nhiều nghiên cứu cũng chỉ ra những hệ thống lớn, được kết cấu chặt chẽ lại là nơi gặp nhiều vấn đề trong thực thi trách nhiệm xã hội hơn những tổ chức nhỏ với mô hình CSR kém chuẩn hóa nhưng lại linh hoạt hơn trong thiết lập các mối quan hệ tốt để tạo động lực thực thi mạnh mẽ cho quá trình ấy. Tuy vậy, dù được tiếp cận theo quan điểm nào, những nội dung của CSR cũng không thể tách mình ra khỏi 05 nhóm nội dung đã được đề cập phía trên. Để nhìn nhận rõ hơn về các nhóm ấy, chúng ta có thể tiếp cận cụ thể vào 11 chủ điểm chính: biến đổi khí hậu, hiệu quả trong sử dụng năng lượng, hiệu quả trong sử dụng vật liệu, an ninh nguồn nước, chuỗi cung ứng có trách nhiệm, quyền con người, trách nhiệm về thuế, sử dụng hóa chất, sức khỏe tại nơi làm việc, tham nhũng và hối lộ, phúc lợi dành cho động vật.

Bảng 1: Các bên liên quan đối với doanh nghiệp (company's stakeholders)

Lý thuyết	Carroll và Nasi (1997)	Crowther (2004)	Clarkson (1995)	Wheeler và Sillanpaa (1997)
Loại 1	<i>Bên trong</i> Người lao động Chủ sở hữu Nhà quản lý	<i>Tự nguyện</i> Cổ đông, nhà đầu tư Người lao động Nhà quản lý Khách hàng Nhà cung ứng	<i>Cấp 1</i> Cổ đông, nhà đầu tư Người lao động Khách hàng Nhà cung ứng Chính phủ	<i>Xã hội cấp 1</i> Cổ đông, nhà đầu tư Người lao động, nhà quản lý Khách hàng Cộng đồng địa phương Nhà cung ứng và các đối tác kinh doanh
Loại 2	<i>Bên ngoài</i> Khách hàng Đối thủ cạnh tranh Chính phủ Các nhóm hoạt động xã hội Truyền thông	<i>Không tự nguyện</i> Các cá nhân Các cộng đồng Môi trường sinh thái Các thể hệ tương lai	Các cộng đồng <i>Cấp 2</i> Truyền thông Các nhóm chung lợi ích	<i>Phi xã hội cấp 1</i> Môi trường tự nhiên Các thể hệ tương lai Các loài khác con người
Loại 3				<i>Xã hội cấp 2</i> Chính quyền và các nhà lập pháp Thế chế dân sự Các nhóm hành động vì xã hội Các nhà phê bình học thuật và truyền thông Các tổ chức kinh doanh Đối thủ cạnh tranh
Loại 4				<i>Phi xã hội cấp 2</i> Các nhóm hành động vì môi trường Các tổ chức vì phúc lợi cho động vật

Nguồn: Peggy Chiu, 2009

Như vậy, CSR là một thuật ngữ để chỉ quá trình thể hiện trách nhiệm của doanh nghiệp đối với nhiều bên liên quan trên nhiều vấn đề thuộc các lĩnh vực khác nhau mà doanh nghiệp phải đối mặt trong quá trình hoạt động, sản xuất, kinh doanh của mình. Ở đó, doanh nghiệp phải hướng tới sự tăng trưởng của lợi nhuận nhưng bằng cách có trách nhiệm. Trách nhiệm đó phải được tiếp cận bài bản, có hệ thống, có thể đo lường và thật sự minh bạch.

2.2 Chuyển đổi số đối với các doanh nghiệp nhỏ và vừa

Nhìn chung, các SMEs luôn là xương sống của bất cứ hệ thống kinh tế nào trên thế giới. Đặc biệt, trong thời kỳ dịch bệnh như Covid-19, loại doanh nghiệp này thường là những đối tượng dễ tổn thương trong nền kinh tế các quốc gia vì nguồn lực để tồn tại qua giai đoạn dịch bệnh là rất hạn chế. Chính vì vậy, giải pháp chuyển đổi số để doanh nghiệp trở nên tinh gọn hơn, phản ứng nhanh nhạy và tự động đối với các thách thức từ bên ngoài, đồng thời giúp tiết kiệm chi phí trong việc sử dụng các nguồn lực cho quá trình sản xuất, kinh doanh thông qua nâng cao năng suất lao động của doanh nghiệp. CDS là chiếc chìa khóa mở ra

cơ hội cho các SMEs không chỉ tồn tại mà còn có thể phát triển một cách bền vững hơn trong bối cảnh đầy biến động, phức tạp và khó đoán định.

Điểm quan trọng đầu tiên trong chuyển đổi số của SMEs là *khả năng sáng tạo những mô hình kinh doanh mới* (Vivek Kale, 2020). Khả năng ấy thậm chí cũng có thể được tạo ra với sự chuyển đổi số của mô hình kinh doanh hiện tại chứ không nhất thiết mô hình kinh doanh phải đổi mới hoàn toàn. Theo đó, Vivek Kale (2020) cũng nhắc đến quá trình đổi mới mô hình kinh doanh trong doanh nghiệp là một mối liên hệ đa chiều của các giá trị cung ứng, mối quan hệ với khách hàng/đối tác kinh doanh, kênh phân phối, các nguồn lực và hoạt động chủ chốt, cơ cấu về chi phí và doanh thu của doanh nghiệp. Khi đó, không gian số hóa sẽ thay đổi về căn bản cách thức thể hiện của các quá trình trong doanh nghiệp, mang lại những trải nghiệm số mới mẻ, khác biệt cho cả khách hàng và đối tác.

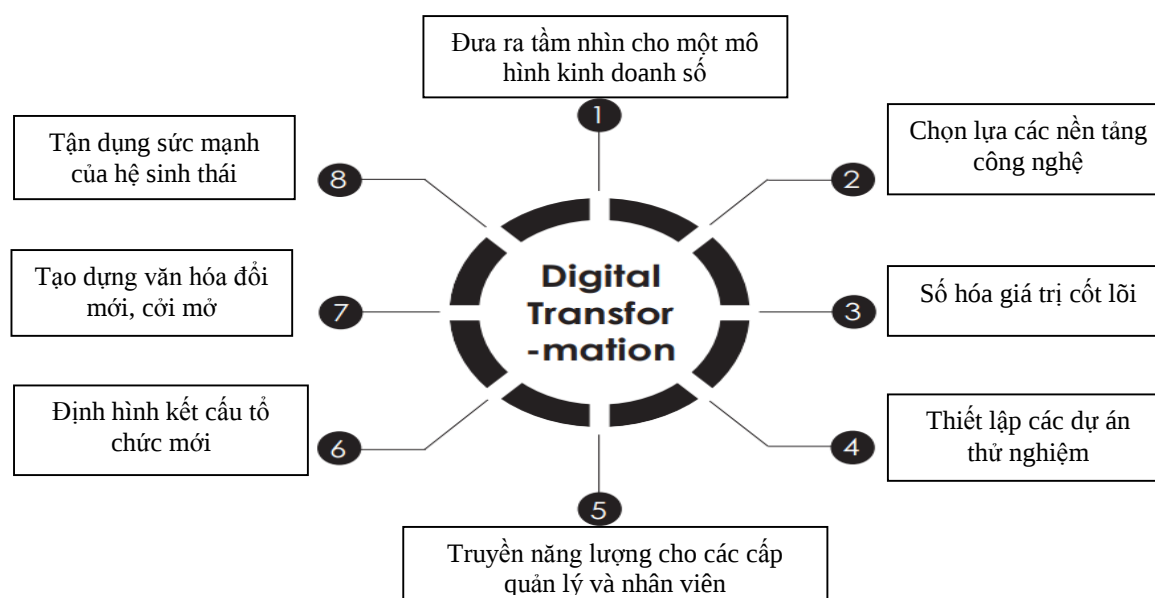
Tiếp theo, *sự nâng cấp của kết cấu hạ tầng công nghệ của doanh nghiệp* là điều quan trọng thứ hai trong CDS tại các SMEs. Theo nhà đồng sáng lập Intel, Gordon E. Moore (1965), số lượng các tranzito trên mỗi 6,45 cm² sẽ có khả năng tăng gấp đôi sau 24 tháng (Reimund Neugebauer,

2019). Phát biểu này tạo nên định luật Moore mà chúng ta được biết ngày nay trong thế giới công nghệ về sự phát triển theo cấp số nhân vô cùng khó dự báo của thế giới công nghệ - thông tin toàn cầu. Do đó, việc nâng cấp hạ tầng công nghệ phục vụ chuyển đổi số phải đi đôi với những mối quan hệ nền tảng giữa sự tích hợp và sự phối hợp, tính sẵn có và tính mở rộng, hiệu suất hoạt động và tính tin cậy, truy cập và an toàn an ninh. Chúng ta đều có thể dễ dàng nhận ra rằng khi công nghệ thay đổi vô cùng nhanh chóng, khả năng đáp ứng những cấp nhu cầu trên của hệ thống càng trở nên kém khả thi hơn bao giờ hết. Khi ấy, SMEs luôn cần bám sát việc nâng cấp hệ thống một cách chiến lược trên 03 khía cạnh để tránh những lãng phí trong quá trình đầu tư. Đó là nâng cấp và thay thế phần cứng, cập nhật và sáng tạo những phần mềm mới, thu thập và phân tích dữ liệu lớn về khách hàng và đối tác để có thể thay đổi trải nghiệm số của họ thông qua sự đổi mới về công nghệ ấy.

Thứ ba, SMEs có thể có được *sự cải thiện đối với các quá trình sản xuất, kinh doanh* thông qua việc ứng dụng các chương trình số hóa, tự động và thông minh. Chẳng hạn, một quá trình giao dịch trực tuyến của SMEs có thể được cải thiện với 4 cấp bậc sau: (1) Website của doanh nghiệp đơn thuần cung cấp thông tin về sản phẩm, dịch vụ ở dạng thức một trang web tĩnh; (2) Website cho phép nhận phản hồi và cá biệt hóa các thông tin về sản phẩm, dịch vụ dành cho khách hàng, tương tác ở thời gian thực với khách; (3) Website không dừng lại ở tương tác và trao đổi thông tin mà cho phép khách hàng đặt hàng và thanh toán trực tuyến cho món hàng đó; (4) Website cung cấp được những tùy biến phức tạp hơn nhằm phục vụ những nhu cầu cá biệt hóa của từng khách hàng thông qua ứng dụng trí tuệ nhân tạo và phân tích dữ liệu lớn (Stephen M. Mutula, 2009). Như vậy, việc ứng dụng càng sâu rộng các công nghệ số mới sẽ đem lại cho hệ thống khả năng hoàn thiện quy trình dịch vụ và khả năng đáp ứng các nhu cầu của khách hàng/đối tác tốt hơn, nhiều khi còn có thể gây bất ngờ cho hành trình trải nghiệm của cá nhân và tổ chức khi họ được tiếp cận một hệ thống công nghệ thông minh và đầy tính nhân văn.

Để tiếp cận quá trình chuyển đổi số ở các bước nội dung thay vì mục đích cuối cùng như đã trình bày, các SMEs có thể tham khảo thêm mô hình của Volker Lang (2021) về tám giai đoạn của quá trình CDS. Khi đó, ở bước cuối cùng trong chu trình các bước, doanh nghiệp có thể tận dụng sức mạnh của phản hồi từ khách hàng, đối thủ, các nhà cung ứng dịch vụ, nhà phân phối, và các đối tác trong kinh doanh khác để quay trở lại hoàn thiện quá trình CDS của mình theo thời gian.

Kết nối 2.1 và 2.2, chúng ta nhận thấy CSR có thể được thể hiện trong quá trình CDS của các doanh nghiệp. Hiểu một cách đơn giản nhất, CSR ở đây là việc mà doanh nghiệp thể hiện sự minh bạch của mình trong đo lường và hạn chế những tác động tiêu cực của quá trình CDS lên các bên liên quan qua nhiều thế hệ. Chẳng hạn, việc đưa ra tầm nhìn về mô hình kinh doanh số cũng có thể tác động tới các nhân tố bên trong như người lao động và chính nhà quản lý ở việc làm quen với không gian số thông qua chuẩn bị các kiến thức, kỹ năng và thói quen làm việc mới, tới cả các nhân tố bên ngoài như khách hàng, đối tác khi họ phải sử dụng những ứng dụng mới để kết nối với các điểm bán, điểm dịch vụ của doanh nghiệp khi các không gian truyền thống ngày càng bị hạn chế. Trong đó, người lao động hoặc thậm chí người quản lý có thể bị sa thải hay chịu áp lực tự nghỉ việc vì không thể bắt kịp những yêu cầu mới; khách hàng và đối tác có thể bị lệ thuộc vào không gian số, thiếu đi tương tác thực tế, bị ảnh hưởng về sức khỏe khi thời gian sử dụng thiết bị số kéo dài đều đặn, v.v. Nếu chúng ta sử dụng mô hình của Crowther (2004) để lý giải nội dung của CSR trong mô hình CDS của Volker Lang (2021) thì chúng ta nhận thấy mọi hoạt động (tạm chia thành *hoạt động tự thân* và *hoạt động có đối tượng tác động*) trong quá trình CDS của doanh nghiệp cần lưu ý tới tác động tiêu cực lên *nhóm tự nguyện có liên hệ* với hoạt động của doanh nghiệp như cổ động, người lao động, nhà quản lý, khách hàng hay đối tác kinh doanh, cũng như tác động tiêu cực lên *nhóm không tự nguyện có liên hệ* với doanh nghiệp như cá nhân, cộng đồng, môi trường hay các thế hệ tương lai. Nhóm hoạt động tự thân ấy trải từ (1) đến (4) với những tiếp cận chiến lược với môi trường kinh doanh số như mô hình mới, công nghệ mới, giá trị cốt lõi mới và các dự án mới. Nhóm hoạt động có đối tượng tác động trải từ (5) đến (8) khi doanh nghiệp mong muốn truyền năng lượng chuyển đổi cho quản lý và nhân viên, sắp xếp lại tổ chức, tạo dựng văn hóa mới trong doanh nghiệp và tận dụng sức mạnh của hệ sinh thái dịch vụ/sản phẩm hay đối tác kinh doanh của mình. Trên toàn bộ các công việc CDS đó, công việc cụ thể của doanh nghiệp là phải rà soát những tác động tích cực và tiêu cực tới các bên liên quan.



Hình 1. Các khía cạnh nội dung của quá trình chuyển đổi số ở doanh nghiệp

Nguồn: Volker Lang, 2021

Cần phải khẳng định rằng, nghiên cứu về CSR trong quá trình CDS của doanh nghiệp là một ý tưởng nghiên cứu mới của nhóm tác giả mà chưa nhiều tài liệu nghiên cứu đã công bố trước đó đề cập tới. Chính vì vậy, những thông tin này chỉ có thể gạn lọc và tổng hợp từ các nội dung chi tiết của những nghiên cứu điển hình có liên quan. Michael S. Tomczyk (2021) tác phẩm về sự thay đổi theo hiệu ứng domino của đứt gãy chuỗi cung ứng đến các doanh nghiệp và ngành kinh tế có nhận định rằng việc ứng dụng CDS trong nghiên cứu và phát triển giúp các doanh nghiệp ngành dược như Moderna, Pfizer, BioNTech, Johnson & Johnson đã giúp thế giới dân vượt qua được một thảm họa về y tế khi ứng dụng công nghệ hệ protein, RNA và DNA để bào chế vaccine, từ đó tạo ra được những giá trị nhân văn cho cộng đồng, giúp hàn gắn sự đứt gãy trong chuỗi cung ứng chung. Hay, ngay trong dịch bệnh Covid-19, chúng ta cũng nhận thấy vai trò của những ứng dụng kỹ thuật số có thể giúp đo nhiệt độ từ xa, quản lý người ra vào và đeo khẩu trang tại các môi trường làm việc, rà soát hành trình, theo dõi tình trạng tiềm chủng của người lao động để chuyển các môi trường đồ sang xanh: nhà máy xanh, doanh nghiệp xanh và nhân viên xanh. Việc tự trang bị cho mình những năng lực công nghệ đó là trách nhiệm trước hết với người lao động, với khách hàng của chuỗi cung ứng và rộng ra là trách nhiệm cộng đồng với nền kinh tế của các doanh nghiệp.

Bên cạnh CDS trong ngành y trong bối cảnh đại dịch, chuyển đổi số trong doanh nghiệp cũng thể hiện trách nhiệm của họ đối với những nhóm người yếu thế trong xã hội như trong nghiên cứu của Hanyoung Lee và Deawoo Park (2021). Theo công bố này, trí tuệ nhân tạo (AI), công nghệ học máy (ML), công nghệ nhận diện giọng nói, ký tự, nhận

diện hành động, và công nghệ dữ liệu lớn (Big Data) được tích hợp trong những thiết bị dành cho những người khiếm thính, khiếm thị hay tàn tật đã tạo ra những cơ hội giao tiếp với cuộc sống thường ngày một cách tiện lợi, giúp họ hòa nhập với thế giới một cách tự tin. Ngoài ra, khi nhắc tới tính siêu kết nối (hyper-connectivity) của các công nghệ truyền thông hiện đại từ năm 2017, nhóm tác giả Marek Kowalkiewicz, Niz Safrudin, và Bert Schulze đã cho thấy sự chuyển đổi trong việc ứng dụng các công nghệ này không chỉ tốt cho người lao động và tổ chức mà còn tốt cho cộng đồng trong việc chia sẻ thông tin, dữ liệu, tri thức, sở thích, thói quen và tạo sức mạnh cộng đồng thông qua tính gắn kết số giữa các thành viên. Báo cáo của OECD (2018) liên quan tới CDS tại quốc gia phát triển như Thụy Điển cũng cho thấy có sự quan ngại nhất định liên quan đến tình trạng mất việc làm, mất nguồn thu nhập thường xuyên hoặc gia tăng sự bất bình đẳng trong thu nhập của người lao động trong nhiều quốc gia thuộc tổ chức này trong suốt thập kỷ qua khi những bước tiến về AI và công nghệ robot (robotics) đang hiện hữu và dần làm thay đổi môi trường làm việc của các doanh nghiệp.

Dựa trên một số nghiên cứu đó, chúng ta có thể nhận thấy rằng các khía cạnh của CSR được các nhà nghiên cứu quan tâm trong khi nhắc đến tiến trình CDS trên cả góc độ vĩ mô và vi mô. Những khía cạnh ấy không nằm ngoài những tác động đến các bên liên quan mà bài viết này đã đề cập. Trên lý thuyết, chúng ta hoàn toàn có thể tiến hành những nghiên cứu sâu hơn nhằm làm rõ mối liên hệ có tính bối cảnh này của CSR.

3. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu được tiến hành theo định hướng phân tích định tính. Trong đó, dữ liệu được thu thập

dựa trên sự kết hợp của phương pháp quan sát và phương pháp thu thập, phân tích các tư liệu (Robert K. Yin, 2016), liên quan tới quá trình chuyển đổi số của cộng đồng các SMEs ở Việt Nam. Quá trình quan sát và thu thập dữ liệu sẽ được tiến hành đối với khoảng thời gian từ năm 2017 đến 2021 dựa trên mốc chính sách quan trọng từ Chỉ thị 16 (năm 2017) của Thủ tướng Chính phủ về việc tăng cường năng lực tiếp cận cuộc CMCN 4.0 trên phạm vi cả nước. Việc quan sát sẽ được tiến hành nhằm giúp đánh giá cả một quá trình chuyển đổi số gắn với CSR tại các SMEs; thêm vào đó, các dữ liệu sẽ được làm giàu hơn từ quá trình thu thập và phân tích các tài liệu, báo cáo, nghiên cứu công bố có liên quan đến thực trạng chuyển đổi số cũng như hoạt động thể hiện trách nhiệm xã hội của các doanh nghiệp thuộc nhóm này. Theo John W. Creswell và Cheryl N. Poth (2018), cách tiếp cận phù hợp cho nghiên cứu theo cách thức này là mô tả theo hướng thuật lại (narrative) và phân tích tình huống thực tiễn (case study) của một hoặc nhiều doanh nghiệp trong nhóm SMEs.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Doanh nghiệp nhỏ và vừa Việt Nam giai đoạn 2017 – 2021

Theo Nghị định 39/2018/NĐ-CP về quy định chi tiết một số điều của Luật hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa của Chính Phủ năm 2018, các doanh nghiệp này bao gồm cả những doanh nghiệp siêu nhỏ, doanh nghiệp nhỏ và doanh nghiệp vừa (Điều 6). Sự phân loại được tách biệt với 02 nhóm lĩnh vực: nông nghiệp – lâm nghiệp – thủy sản – công nghiệp – xây dựng (*nhóm 1*), và thương mại – dịch vụ (*nhóm 2*) do những đặc thù về số lượng nhân sự, vốn điều lệ cũng như doanh thu hàng năm. Về nguồn vốn, doanh nghiệp được xếp vào SMEs khi tổng nguồn vốn không quá 100 tỷ đồng; hoặc khi tổng doanh thu của năm không quá 200 tỷ đồng (với nhóm 1) và không quá 300 tỷ đồng (với nhóm 2). Thêm vào đó, SMEs phải đáp ứng đồng thời điều kiện về nhân lực khi số lao động tham gia bảo hiểm xã hội bình quân năm không quá 200 người

(với nhóm 1) và không quá 100 người (với nhóm 2). Bảng 4.1 cho ta thấy dữ liệu về số lượng SMEs ở Việt Nam trong giai đoạn 2017 – 2021; trong đó, số lượng doanh nghiệp loại này tăng đều đặn hàng năm dù trong những giai đoạn nền kinh tế gặp rất nhiều khó khăn như đại dịch Covid-19 (2020-2021), đồng thời tỷ lệ SMEs trên tổng số doanh nghiệp qua các năm này đều ở mức 97,1% – 97,4%. Nếu tỷ lệ này được duy trì cho đến 2025, tầm nhìn 2030 như trong Quyết định số 1362/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ năm 2019 thì Việt Nam sẽ có ít nhất khoảng 1,460 triệu SMEs/1,5 triệu doanh nghiệp năm 2025 và 1,95 triệu SMEs/2 triệu doanh nghiệp năm 2030.

Đối với SMEs ở nước ta, một điều đáng lưu ý nữa là tỷ lệ doanh nghiệp ở mức siêu nhỏ luôn chiếm phần lớn nhất, sau đó mới tới doanh nghiệp nhỏ và doanh nghiệp cỡ vừa. Hơn nữa, dựa vào Báo cáo số 3683/BKHĐT-PTDN của Bộ Kế hoạch và Đầu tư năm 2021 về góp ý dự thảo Báo cáo tình hình phát triển doanh nghiệp năm 2020 và 5 tháng đầu năm 2021, một thực tế nữa có thể được nhận định là phần lớn các SMEs tại Việt Nam nằm trong nhóm doanh nghiệp dân doanh (ngoài Nhà nước, trừ đi khoảng hơn 33.000 doanh nghiệp FDI) mà Báo cáo đã nêu. Như vậy, các SMEs có đặc điểm phần lớn là quy mô doanh nghiệp nhỏ và nguồn vốn từ trong nước, ít ỏi, lại hoạt động với sự điều hành của sở hữu tư nhân nên việc tiếp cận thị trường cũng như tiếp cận các nguồn lực cho phát triển có khả năng sẽ khá hạn chế so với các doanh nghiệp có sở hữu Nhà nước (491 doanh nghiệp) và các doanh nghiệp có vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài. Điều đó có thể sẽ kéo theo những hạn chế trong hoạt động sản xuất, kinh doanh như tư liệu sản xuất lạc hậu, năng suất lao động thấp, trình độ và kỹ năng của người lao động hạn chế, hay trình độ quản lý cũng như phương thức quản trị doanh nghiệp kém chuyên nghiệp so với các doanh nghiệp lớn và có yếu tố nước ngoài.

Bảng 2: Số lượng doanh nghiệp Việt Nam giai đoạn 2017 -2021

Năm	Doanh nghiệp lớn	Doanh nghiệp nhỏ và vừa			Tỷ lệ DNNVV/Tổng số DN	Tổng số Doanh nghiệp
		DN vừa	DN nhỏ/siêu nhỏ	Tổng số		
Năm 2017	16.201	20.084	524.128	544.212	97,10%	560.413
Năm 2018	17.008	21.306	572.323	593.629	97,21%	610.637
Năm 2019	17.367	22.788	628.350	651.138	97,40%	668.505
Năm 2020	22.978	28.314	760.246	788.560	97,16%	811.538
Năm 2021*	24.234	29.506	822.237	851.743	97,23%	875.977

Nguồn: Nhóm tác giả tổng hợp (2021)

4.2. Chuyển đổi số với các SMEs tại Việt Nam

Nghiên cứu giữa Microsoft và ASME (Hiệp hội Doanh nghiệp nhỏ và vừa Singapore) với các SMEs tại quốc gia này cho thấy những lựa chọn công nghệ hàng đầu mà doanh nghiệp có dự định áp dụng là dữ liệu lớn và công nghệ phân tích dữ liệu, trí tuệ nhân tạo/học máy, các nền tảng thương mại điện tử và các ứng dụng quy trình kinh doanh (điều tra trên 1000 SMEs năm 2018). Việc áp dụng này được thực hiện với 5 động lực chính là tối ưu hóa hoạt động, trao quyền nhiều hơn cho nhân viên, tạo sự gắn kết sâu sắc với khách hàng, chuyển đổi số cho sản phẩm/dịch vụ và thúc đẩy tính quốc tế hóa của doanh nghiệp (điều tra trên 400 SMEs năm 2020).

Với tình hình của Việt Nam, Báo cáo của Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam (VECOM) cho thấy các SMEs chủ yếu sử dụng phần mềm quản lý về kế toán, tài chính (85% - 89%, 2017 - 2020), sau đó là phần mềm về quản lý nhân sự (53% - 59%), và các phần mềm như SCM, CRM hay ERP thì chỉ đạt mức từ 13% - 31% trong giai đoạn 5 năm này (điều tra trên 3.945 doanh nghiệp năm 2020, trên 4.693 doanh nghiệp năm 2021) (Vecom, 2020 & 2021). Thực tế này cho thấy việc ứng dụng công nghệ thông tin vào nâng cao hiệu quả quá trình kinh doanh của SMEs Việt còn khá hạn chế và không đồng bộ khiến cho quá trình chuyển đổi số trong các doanh nghiệp diễn tiến chậm vì việc sử dụng các nền tảng số chưa trở thành một thói quen, một nếp văn hóa làm việc của các SMEs, đặc biệt với những mối liên hệ với bên ngoài doanh nghiệp như với khách hàng, đối tác và các thành viên của chuỗi cung ứng. Ngay cả việc sử dụng email trong công việc như một cấp độ thông thường nhất trong ứng dụng công nghệ ở các SMEs cũng cho thấy những con số đáng lưu ý khi chỉ đạt 43% - 49% (trên 50% lao động trong doanh nghiệp), 34% - 36% (từ 10% - 50% lao động), và 17% - 19% (dưới 10% lao động). Tình trạng này của SMEs Việt cũng được OECD nhắc đến trong Báo cáo chính sách cho SMEs và khởi nghiệp tại Việt Nam năm 2021. OECD (2021) cho rằng tính đổi mới và sáng tạo, đặc biệt là đổi mới tiết kiệm (chi tiêu ít cho R&D), trong các SMEs tại Việt Nam ở mức cao trong khu vực ASEAN, việc sử dụng website cho sự hiện diện chính thống trực tuyến ở mức trung bình, còn việc sử dụng các phần mềm hệ thống ERP, CRM hay SCM thì còn rất hạn chế.

Như vậy, dù chưa nhắc tới các mô hình kinh doanh mới hay mức hiện đại của hạ tầng công nghệ thì với sự thiếu hụt của việc ứng dụng các công nghệ phục vụ tự động hóa quy trình sản xuất, kinh doanh trong các SMEs cho thấy chúng ta cần phải thay đổi nhiều trong thực thi chuyển đổi số.

Những động lực của các SMEs của Singapore hay trong khu vực cũng là những mục tiêu chung mà các doanh nghiệp ở các quốc gia đều hướng tới, do đó CDS chắc chắn là nhu cầu cả tiềm ẩn và hiện hữu với các SMEs của Việt Nam.

Về khả năng và nguồn lực để thực hiện CDS, các doanh nghiệp vừa, nhỏ và siêu nhỏ sở hữu nguồn vốn sản xuất kinh doanh khiêm tốn so với các doanh nghiệp lớn ở Việt Nam. Số liệu đầu năm 2020 của Bộ Kế hoạch và Đầu tư cho thấy nguồn vốn sản xuất, kinh doanh của các doanh nghiệp lớn là 28,8 triệu tỷ đồng (66,5%) dù số lượng doanh nghiệp lớn chỉ chiếm khoảng 2,8% (MPI, 2021). Trong khi đó, nguồn vốn nằm trong các doanh nghiệp vừa chỉ chiếm 3,2 triệu tỷ (7,4%), trong các doanh nghiệp nhỏ là 5,4 triệu tỷ (12,5%) và doanh nghiệp siêu nhỏ là 5,9 triệu tỷ (13,6%). Như vậy, với tổng số 14,5 triệu tỷ (33,5%), các SMEs với số lượng lớn là 651.138 doanh nghiệp sẽ có nguồn vốn dành cho sản xuất, kinh doanh không mấy dư dả. Chúng ta có thể tính bình quân cho hai nhóm gồm doanh nghiệp vừa và doanh nghiệp nhỏ/siêu nhỏ để nhìn nhận cụ thể các con số này. Khi ấy, mỗi doanh nghiệp vừa (tính trên 22.788) sẽ có khoảng 140,4 tỷ đồng cho sản xuất, kinh doanh, nhiều hơn 40% so với mức lý thuyết 100 tỷ đồng; mỗi doanh nghiệp nhỏ (tính trên 179.319) sẽ có khoảng 30,11 tỷ đồng cho hoạt động sản xuất, kinh doanh của mình, ở mức cao hơn 50% với doanh nghiệp nhỏ lĩnh vực nhóm 1 (20 tỷ đồng) và ở mức trung bình với doanh nghiệp nhỏ thuộc lĩnh vực của nhóm 2 (50 tỷ đồng); mỗi doanh nghiệp siêu nhỏ (tính trên 449.031) sẽ có khoảng 13,13 tỷ đồng, cao gấp 4 lần so với mức cao nhất lý thuyết (3 tỷ đồng). Nhìn chung, mức 13,13 - 140,4 tỷ đồng vốn dành cho sản xuất, kinh doanh của các doanh nghiệp thuộc nhóm SMEs cho chúng ta thấy nguồn lực khá cao so với mức pháp định, nhưng doanh nghiệp không thể chỉ dùng số vốn ấy cho quá trình chuyển đổi số mà còn phải dành cho nhiều hoạt động cốt lõi khác. Hơn nữa, so với khoảng 1.658,31 tỷ đồng nguồn vốn cho sản xuất, kinh doanh (mức trung bình trên 17.367) mà các doanh nghiệp lớn có trong năm 2019 thì ta cũng có thể hiểu rõ rằng khả năng đầu tư cho hạ tầng công nghệ ở các doanh nghiệp SMEs chỉ ở mức tối thiểu. Trên thực tế, một hệ thống ERP đầy đủ module và dịch vụ đi kèm như SAP S/4HANA của SAP Việt Nam có thể được phân phối với mức giá một vài triệu USD, và hiệu quả đầu tư có thể phải chờ tới 1-2 năm sau khi áp dụng vào sản xuất, kinh doanh. Đây cũng là lý do giải thích cho việc chi tiêu tiết kiệm cho chuyển đổi số trong các doanh nghiệp SMEs.

Giai đoạn 2017 – 2019 cho thấy các doanh nghiệp cỡ lớn có lợi nhuận sau thuế rất đáng kể để đóng góp cho ngân sách nhà nước với một tỷ lệ cao hơn nhiều so với các SMEs. Đặc biệt, nhóm doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ là các nhóm có tỷ lệ thua lỗ cao nhất trong hoạt động sản xuất, kinh doanh (từ 30% – 60%). Như vậy, SMEs của Việt Nam đang đứng trước một tình huống “khó chồng khó” khi vừa có ít ngân sách cho CDS và vừa chứng kiến tỷ lệ thua lỗ trong kinh doanh khá cao khiến quyết định đầu tư cho hệ thống công nghệ tốn kém được coi là mạo hiểm. Do đó, việc đầu tư cho CDS nhằm nâng cao năng lực điều hành sản xuất kinh doanh, giảm thiểu khả năng thua lỗ đối với các SMEs cần thêm sự trợ giúp từ chính sách hỗ trợ của Chính Phủ và các Dự án tài trợ của những tổ chức lớn trên thế giới. Trong giai đoạn 9/2018 – 9/2023, gói hỗ trợ nổi bật nhất là Chương trình Hỗ trợ doanh nghiệp chuyển đổi số giai đoạn 2021 – 2025 của Bộ Kế hoạch và Đầu tư phối hợp với Dự án LinkSME của tổ chức USAID với ngân sách 24,9 triệu USD nhằm nâng cao năng suất cũng như cải thiện môi trường hoạt động sản xuất, kinh doanh cho các SMEs của Việt Nam thông qua chuyển đổi số. Về phía chính sách, chúng ta cũng có Luật số 04/2017/QH14 về hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa được Quốc hội nước CHXHCN Việt Nam ban hành vào tháng 6/2017, có hiệu lực thi hành từ 1/1/2018 và nhiều văn bản dưới luật khác hướng dẫn chi tiết thi hành Luật số 04/2017/QH14, như Nghị định số 38/2018/NĐ-CP và Nghị định số 39/2018/NĐ-CP. Tất cả những chính sách ấy cũng đều hướng tới hỗ trợ các SMEs khởi nghiệp sáng tạo, đổi mới mô hình kinh doanh, nâng cao năng lực để có thể tham gia các cụm liên kết ngành và các chuỗi giá trị mới thông qua nhiều giải pháp liên quan tới CDS.

Nếu dựa vào Bước 2 trong Hình 2.2, chúng ta có thể nhận thấy quá trình chuyển đổi số của các SMEs Việt giai đoạn 2017 – 2021 cũng có những thành quả nhất định dựa trên các dữ liệu về nền tảng số được ứng dụng. Những nền tảng ứng dụng dạng điện toán đám mây của Misa, Kiot Việt, Haravan, Nhanh, Sapo hay Base.vn đều có hàng trăm ngàn khách hàng, hầu hết là các doanh nghiệp dạng SMEs. Ngoài ra, không gian bán của doanh nghiệp nhỏ, siêu nhỏ còn được mở rộng ra với việc kết nối đến các nền tảng Marketing liên kết như Lazada, Shopee, Tiki, Sendo, Voso, Postmart hay thậm chí là Amazon và Ebay. Qua đó, việc kết nối với khách hàng thông qua các ứng dụng truyền tin điện tử, qua nền tảng website, các ứng dụng (applications) trên hệ điều hành iOS và Android đã dần trở nên quen thuộc. Đặc biệt, cơ hội tìm kiếm khách hàng thông qua các không gian số đến với các SMEs với các chiến dịch

Marketing điện tử với chi phí hợp lý trên các nền tảng truyền thông xã hội và công cụ tìm kiếm như Facebook, Youtube, Instagram, Tiktok hay Google và một lượng không nhỏ các SMEs cũng nắm bắt những cơ hội này. Bên cạnh đó, việc hình thành Chính phủ điện tử cũng đòi hỏi doanh nghiệp phải đổi mới về kết nối số như sử dụng chữ ký số, hóa đơn điện tử, phần mềm khai thuế, phần mềm bảo hiểm xã hội. Từ thực tế đó, nhiều SMEs đã sử dụng từ sớm sau khi thành lập những phần mềm kế toán, tài chính, nhân sự và bán hàng của các nhà cung cấp uy tín trên thị trường. Dù đó chỉ mới là những mô-đun thành phần bên trong một hệ thống lớn, tốn kém nếu đầu tư hoàn thiện, nhưng chúng ta cũng không thể phủ nhận rằng quá trình chuyển đổi số trong giai đoạn vừa qua đã tạo ra những doanh nghiệp SMEs với những phương thức hoạt động sản xuất, kinh doanh mới trên nhiều lĩnh vực của nền kinh tế.

4.3. Những vấn đề đặt ra đối với trách nhiệm xã hội của các SMEs trong CDS

Kỳ vọng của quá trình chuyển đổi số cũng như thực tế của quá trình ấy cũng đã cho thấy các SMEs ở Việt Nam bắt đầu có những môi trường sản xuất, kinh doanh được cải thiện hướng tới nâng cao năng lực cạnh tranh, tương tác tốt hơn với các nền tảng giao dịch G2B mà Chính phủ tạo ra cho các dịch vụ công mức độ 3 và 4, kết nối với các đối tác một cách nhanh chóng và thuận tiện hơn thông qua các nền tảng tích hợp giúp hình thành hợp đồng điện tử, đặt hàng lần đầu và đặt hàng lại tự động qua hệ thống, cung cấp những lựa chọn thanh toán tốt hơn cho khách hàng thông qua kết nối trực tuyến với các tổ chức tài chính với hệ thống được bảo mật. Tuy vậy, CDS không hẳn chỉ mang lại những điều tốt đẹp tới các bên liên quan mà cũng có thể tạo ra những lo ngại về việc thực thi CSR của các SMEs. Trong khuôn khổ nghiên cứu này, nhóm tác giả sẽ rà soát những vấn đề đặt ra ấy theo 11 chủ điểm quan trọng của CSR:

Thứ nhất, chuyển đổi số được áp dụng trong các ngành sản xuất, chế tạo, đặc biệt là nông nghiệp, sẽ giúp các SMEs thích nghi được với biến đổi khí hậu thông qua các hệ thống quan trắc thông minh, cảm biến môi trường để có được hiệu quả sản xuất tốt nhất. Tuy nhiên, thông qua những hệ thống được vận hành tự động và thông minh ấy, con người cũng biết được lượng chất thải, khí thải mà mình xả ra môi trường mà có thể điều chỉnh, giảm thiểu những tác động tiêu cực từ quá trình ấy. Đây là một nội dung không chỉ dừng lại ở biến đổi khí hậu mà còn liên quan mật thiết đến các nội dung khác trong CSR như hiệu quả sử dụng năng lượng, hiệu quả sử dụng vật liệu, an ninh nguồn nước, chuỗi cung ứng có trách nhiệm,

và việc sử dụng hóa chất trong quá trình hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.

Thứ hai, chuyển đổi số trong các SMEs một phần làm thay đổi năng suất lao động của con người, giúp tăng thu nhập của họ, nhưng một phần khác CDS đặt ra vấn đề về thay đổi tư duy, thay đổi kỹ năng, thay đổi niềm tin – giá trị và cả cách hành xử (văn hóa doanh nghiệp), thậm chí tạo ra mô hình kinh doanh mới đòi hỏi sự xáo trộn cơ cấu tổ chức cũ khiến nhiều lao động có thể mất việc. Hơn nữa, khi công nghệ được áp dụng sâu sát trong công việc, không gian tự do và tính riêng tư của con người có thể bị xâm phạm, đặt ra những vấn đề về quyền con người liên quan đến sở thích, nhu cầu, nguyện vọng và hành trình của cá nhân.

Thứ ba, chuyển đổi số tạo cơ hội ứng dụng công nghệ vào khai báo thuế cũng như việc thiết lập sự minh bạch trong chi tiêu, sử dụng các nguồn lực tài chính của các SMEs. Việc khai báo doanh thu, thu nhập và giao dịch theo thời gian thực, lưu lại dấu vết số và không thể thay đổi sẽ giúp các SMEs thực hiện bốn phận, nghĩa vụ của mình đối với xã hội, đồng thời cũng không thể sử dụng các nguồn tài chính dành cho việc hối lộ, dẫn đến nạn tham nhũng, lạm dụng quyền lực đối với những cơ quan quản lý. Tuy nhiên, khi các cơ quan quản lý và hành lang pháp lý chưa theo kịp tốc độ của CDS thì nhiều doanh nghiệp cũng có thể ẩn mình trong không gian số để tránh thuế, trốn thuế hoặc thậm chí rửa tiền và thực hiện những giao dịch bằng tiền ảo gây thiệt hại cho xã hội khi không được quản lý chặt chẽ.

Thứ tư, chuyển đổi số có thể giúp giảm nhẹ gánh nặng công việc mà các nhân viên của SMEs phải thực hiện thủ công hay có thể góp phần theo dõi, chăm sóc sức khỏe của người lao động nhưng đổi lại cũng khiến thời gian làm việc, thao tác với hệ thống công nghệ thông tin nhiều hơn, và cũng tạo ra những ảnh hưởng nhất định đến sức khỏe của con người. Không gian số cũng rất quan trọng đối với các SMEs nhưng không gian thực với các cơ hội tương tác giữa con người với con người, cơ hội để thực hiện những hoạt động xây dựng đội ngũ hay tái tạo sức lao động của con người cũng vô cùng cần thiết. Sự cân bằng ấy sẽ góp phần tạo nên sức khỏe tại nơi làm việc.

Thứ năm, động vật có thể được nuôi vì mục đích kinh tế hay vì mục đích làm cảnh; động vật cũng có thể là những loài tự nhiên không được nuôi nhốt. Tuy nhiên, do vô tình hay hữu ý quá trình chuyển đổi số trong sản xuất, kinh doanh lại tác động tới không gian sống, điều kiện sức khỏe và cách thức khai thác động vật và các sản phẩm từ động vật. Tất cả những việc này đều cần được cân nhắc vì chắc hẳn chúng ta cũng đã nghe tới những trang trại bò sữa mà ở đó nguồn nước bò uống được đo lường đủ tiêu chuẩn, cỏ bò ăn được nuôi trồng bởi những hệ thống tưới tiêu hiện đại, thức ăn công nghiệp được trộn chính xác thành phần từ các người máy thông minh, không gian bò sống được xen lẫn với những tiếng nhạc từ hệ thống chơi nhạc thính phòng tự động. Và, chắc chắn chúng ta cũng đã nghe tới những câu chuyện các loài động vật hoang dã mất đi môi trường sinh sống tự nhiên của mình và nhiều loài đang bị đe dọa tuyệt chủng vì các hoạt động khai thác của con người; hoạt động đó càng mạnh mẽ với năng suất vượt trội khi quá trình chuyển đổi số diễn ra. Như vậy, CDS trong các SMEs không chỉ quan tâm tới phúc lợi của xã hội con người, chúng ta còn phải quan tâm tới các loài vật bị ảnh hưởng để sự phát triển bền vững hơn.

5. Kết luận

Nghiên cứu này không cố gắng đưa ra giải pháp cho những vấn đề rất lớn đối với quá trình chuyển đổi số trong các SMEs của Việt Nam hiện nay. Thay vào đó, nghiên cứu chỉ ra những mối quan tâm về trách nhiệm xã hội mà doanh nghiệp phải thể hiện khi thực hiện chuyển đổi số một cách sâu sắc. Chỉ một vấn đề trong nhóm 5 vấn đề lớn được chỉ ra cũng có thể trở thành một chủ đề nghiên cứu thực sự có ý nghĩa trong bối cảnh chuyển đổi số trong nền kinh tế như hiện nay. Các doanh nghiệp SMEs xét về quy mô là nhỏ và vừa nhưng số lượng các doanh nghiệp này trên thực tế cho thấy không hề nhỏ. Nếu chúng ta quên đi trách nhiệm xã hội mà những doanh nghiệp nhỏ và vừa phải thể hiện tức là chúng ta cũng đang quên đi sức mạnh của sự lan tỏa khi những điều có ý nghĩa dù nhỏ lại được thực hiện bởi một cộng đồng đông đảo những “người chơi” trên thị trường.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1]. Dahlsrud, A. (2008). How corporate social responsibility is defined: An analysis of 37 definitions. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 1-13.
- [2]. Hanyoung Lee, Deawoo Park . (2021). AI TTS Smartphone App for Communication of Speech Impaired People. In R. L. Jongbae Kim, *Data Science and Digital Transformation in the Fourth Industrial Revolution* (pp. 219 - 229). Seoul, Korea: Springer Nature Switzerland AG.
- [3]. ohn W. Creswell, Cheryl N. Poth. (2018). *Qualitative Inquiry & Research Design: Choosing Among Five Approaches*. California: SAGE Publications, Inc.

- [4]. Marek Kowalkiewicz, Niz Safrudin, Bert Schulze. (2017). The Business Consequences of a Digitally Transformed Economy. In M. K. Gerhard Oswald, *Shaping the Digital Enterprise: Trends and Use Cases in Digital Innovation and Transformation* (pp. 29 - 67). Switzerland: Springer International Publishing .
- [5]. Michael S. Tomczyk. (2021). Domino Effect How Pandemic Chain Reactions Disrupted Companies and Industries. In R. D. Adrian T.H. Kuah, *Digital Transformation in a Post-COVID World: Sustainable Innovation, Disruption, and Change* (pp. 33-47). Boca Raton, Florida: CRC Press.
- [6]. MPI. (2021). *Sách trắng: Doanh nghiệp Việt Nam năm 2021*. Hà Nội: NXB Thống kê.
- [7]. OECD. (2018). *OECD Reviews of Digital Transformation: Going Digital in Sweden*. Paris: OECD Publishing.
- [8]. OECD. (2021). *OECD Studies on SMEs and Entrepreneurship: SME and Entrepreneurship Policy in Viet Nam*. Paris: OECD.
- [9]. Peggy Chiu. (2009). *Looking Beyond Profit: Small Shareholders and the Values Imperative (Corporate Social Responsibility Series)*. Surrey, England: Gower Publishing Limited.
- [10]. Reimund Neugebauer. (2019). *Digital Transformation*. Berlin: Springer-Verlag GmbH Germany.
- [11]. Robert K. Yin. (2016). *Qualitative Research from Start to Finish*. New York: The Guilford Press.
- [12]. Samuel O. Idowu, Céline Louche. (2011). *Theory and Practice of Corporate Social Responsibility*. Verlag, Berlin, Heidelberg: Springer.
- [13]. Stéphanie Looser. (2020). Overview: Formal Management Systems, Intrinsic CSR, and the Role of Culture in Management. In S. L. Walter Wehrmeyer, *Intrinsic CSR and Competition: Doing well amongst European SMEs* (pp. 7-16). Cham, Switzerland: Springer Nature.
- [14]. Stephen M. Mutula. (2009). *Digital Economies: SMEs and E-Readiness*. Hershey: Business Science Reference (IGI Global).
- [15]. Vecom. (2020). *Báo cáo Chỉ số Thương mại điện tử 2020*. Hà Nội: Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam.
- [16]. Vecom. (2021). *Báo cáo Chỉ số Thương mại điện tử Việt Nam 2021: Tăng trưởng vững chắc*. Hà Nội: Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam.
- [17]. Vivek Kale. (2020). *Digital Transformation of Enterprise Architecture*. Florida: CRC Press.
- [18]. Volker Lang. (2021). *Digital Fluency: Understanding the Basics of Artificial Intelligence, Blockchain Technology, Quantum Computing, and Their Applications for Digital Transformation*. New York: Springer Science.

Thông tin tác giả:

1. Phan Minh Đức

- Đơn vị công tác: Khoa KTCT - Học viện Báo chí và Tuyên truyền
- Địa chỉ email: PhanMinhDuc@ajc.edu.vn

2. Dương Ngọc Anh

- Đơn vị công tác: Học viện Kinh tế - Học viện Chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh

Ngày nhận bài: 05/9/2021

Ngày nhận bản sửa: 21/12/2021

Ngày duyệt đăng: 30/12/2021