

VỀ TÁI CƠ CẤU DOANH NGHIỆP NHÀ NƯỚC

Các chủ trương đường lối của Đảng và Nhà nước về sắp xếp, đổi mới và nâng cao hiệu quả doanh nghiệp nhà nước nói chung (và cổ phần hóa nói riêng) tương đối đầy đủ và hoàn thiện tuy nhiên, để nội dung của những quan điểm, định hướng lớn này thấm đống được và thực sự đi vào cuộc sống thực tiễn cũng như nhận được sự ủng hộ, thực hiện tích cực của các doanh nghiệp nhà nước và các bộ chủ quản cùng với cấp quản lý địa phương không phải dễ dàng.

Việc tổng kết những bài học kinh nghiệm thành công và thất bại điển hình liên quan tới quá trình triển khai sắp xếp và đổi mới doanh nghiệp nhà nước nói chung cũng như cổ phần hóa nói riêng ở nước ta trở nên hết sức cần thiết và cấp bách hơn bao giờ hết trong bối cảnh đẩy mạnh quá trình tái cơ cấu doanh nghiệp nhà nước (đặc biệt là cổ phần hóa các doanh nghiệp nhà nước hiện nay), đồng thời, nhiệm vụ quan trọng này cũng đã được khẳng định rõ trong Nghị quyết Hội nghị lần thứ 3 Ban Chấp hành Trung ương Đảng khóa IX: “Việc tiếp tục sắp xếp, đổi mới, phát triển và nâng cao hiệu quả doanh nghiệp nhà nước là nhiệm vụ cấp bách và cũng là nhiệm vụ chiến lược, lâu dài với nhiều khó khăn, phức tạp, mới mẻ. Đối với những vấn đề đã rõ, đã có nghị quyết thì phải khẩn trương, kiên quyết triển khai thực hiện; những vấn đề chưa đủ rõ thì phải tổ chức thí điểm, vừa làm vừa rút kinh nghiệm, kịp thời uốn nắn các sai sót, lệch lạc để có bước đi thích hợp, tích cực nhưng vững chắc”.

Nghị quyết Hội nghị lần thứ 9 Ban Chấp hành Trung ương Đảng khóa IX đã cụ thể hóa các quan điểm và định hướng lớn của Đảng và Nhà nước ta về sắp xếp, đổi mới và nâng cao hiệu quả của doanh nghiệp nhà nước (đặc biệt là cổ phần hóa), theo đó, khẳng định việc tiếp tục đẩy nhanh tiến độ cổ phần hóa và mở rộng diện các doanh nghiệp nhà nước cần cổ phần hóa, kể cả một số tổng công ty và doanh nghiệp lớn trong các ngành như điện lực, luyện kim, cơ khí, hóa chất, phân bón, xi măng, xây dựng, vận tải đường bộ, đường sông, hàng không, hàng hải, viễn thông, ngân hàng, bảo hiểm... Bên cạnh đó cần tiếp tục việc tăng cường chỉ đạo, kiểm tra, tổng kết công tác cổ phần hóa; kịp thời rút kinh nghiệm, uốn nắn những lệch lạc, hoàn thiện cơ chế, chính sách để thực hiện ngày càng tốt hơn.

Có thể nói trong quá trình tái cơ cấu hoạt động sản xuất - kinh doanh của mình (bao gồm cả doanh nghiệp nhà nước đã tiến hành cổ phần hóa và doanh nghiệp nhà nước chưa tiến hành cổ phần hóa) đều có một số điểm chung mang tính quyết định đối với những doanh nghiệp nhà nước đã gặt hái thành công lớn ở Việt Nam kể từ những năm đầu thế kỷ XXI cho tới nay, đó là: điều kiện đầu tiên và kiên quyết nhất là phải cải thiện đáng kể về chất lượng quản trị doanh nghiệp (trong đó quan trọng nhất là chọn được tổng giám đốc điều hành có tầm nhìn chiến lược và chuyên nghiệp, với chiến lược kinh doanh dựa trên năng lực cốt lõi của doanh nghiệp và gắn với chuỗi giá trị toàn cầu) theo hướng phù hợp với các thông lệ tốt và chuẩn mực quốc tế về quản trị doanh nghiệp hiện đại (đặc biệt là quản trị chiến lược kinh doanh, quản trị tài chính và quản trị nhân lực), trên cơ sở công khai minh bạch thông tin (đầy đủ, kịp thời, có độ tin cậy cao) và có trách nhiệm giải trình cao, đồng thời hoạt động chủ yếu trong môi trường cạnh tranh bình đẳng. Điều này hàm ý rằng, mặc dù chủ trương tái cơ cấu doanh nghiệp nhà nước nói chung và đẩy nhanh tiến độ cổ phần hóa doanh nghiệp nhà nước nói riêng ở Việt Nam của Đảng và Chính phủ là rất quan trọng và đúng hướng, nhưng quan trọng nhất trong quá trình sắp xếp, đổi mới và nâng cao hiệu quả doanh nghiệp nhà nước này (gồm cả các doanh nghiệp nhà nước đã cổ phần hóa và doanh nghiệp nhà nước không cổ phần hóa) không phải là số lượng doanh nghiệp nhà nước được tái cơ cấu hay được cổ phần hóa, mà chính là phải cải thiện đáng kể về chất lượng quản trị doanh nghiệp của các doanh nghiệp nhà nước trên cơ sở công khai, minh bạch, có trách nhiệm giải trình cao và tuân thủ đầy đủ các nguyên tắc và kỷ luật thị trường.

Tiêu biểu cho việc thực hiện cổ phần hóa thành công doanh nghiệp nhà nước phải xem xét tới trường hợp của Vinamilk, Dược Hậu Giang, Viettel.... Đối với trường hợp của Tập đoàn Viettel tuy chỉ mới cổ phần hóa nhỏ lẻ ở các công ty con, nhưng nhìn chung hoạt động của các công ty được cổ phần hóa bước đầu khá thành công. Các doanh nghiệp như Vinamilk, Dược Hậu Giang, Viettel... đều được đánh giá là các doanh nghiệp thực hiện cổ phần hóa thành công. Sau cổ phần hóa, hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp này rất hiệu quả, tổng tài sản tăng (Vinamilk tăng 5,87 lần từ năm 2005 đến năm 2013; công ty cổ phần Dược Hậu Giang tăng hơn 10 lần trong cùng thời điểm...).

Tuy nhiên, trước những thành công của một số doanh nghiệp được cổ phần hóa, không ít trường hợp các doanh nghiệp nhà nước gặp thất bại trong quá trình hoạt động và cổ phần hóa như trường hợp của Vinashin, Vinaline....

Cụ thể, đối với trường hợp của Vinamilk, doanh nghiệp đã hoạt động thành công sau cổ phần hóa nhờ những thay đổi và chuyển biến thông qua các hoạt động như:

Thứ nhất, việc lựa chọn được nguồn nhân lực, đặc biệt là nhân lực ở các vị trí chủ chốt có năng lực, trình độ thực hiện quản trị doanh nghiệp theo hướng hiện đại, theo tiêu chuẩn quốc tế.

Thứ hai, Vinamilk đã xây dựng chiến lược kinh doanh tốt dựa trên năng lực cốt lõi gắn với nhu cầu thị trường, cụ thể là xác định được sản phẩm mũi nhọn phù hợp với thị hiếu và nhu cầu rất lớn của từng phân khúc thị trường (chủ yếu qua nghiên cứu và điều tra thị trường), và nó chính là một trong những nhân tố then chốt đem lại sự bảo đảm đồng tài chính ổn định và thành công bền vững cho công ty Vinamilk. Chiến lược kinh doanh của công ty dựa trên triết lý kinh doanh, văn hóa công ty và năng lực cốt lõi cũng như nhu cầu thị trường tiêu dùng.

Thứ ba, Vinamilk đề cao việc công khai và minh bạch thông tin về hoạt động sản xuất và kinh doanh (đi kèm với chủ động thực hiện kiểm toán độc lập hàng năm) và sớm niêm yết trên thị trường chứng khoán chính là nhân tố chủ chốt giúp tăng hiệu quả huy động vốn thành công, đáp ứng đủ và kịp thời nhu cầu vốn của công ty (với chi phí vay thấp vì công ty đã tạo dựng được niềm tin vững chắc đối với các nhà đầu tư). Công khai minh bạch thông tin ở Vinamilk chính là một trong các trụ cột của quản trị doanh nghiệp hiện đại của Vinamilk.

Thứ tư, dưới áp lực cạnh tranh lớn trong ngành (nhiều đối thủ cạnh tranh gồm cả trong nước và quốc tế) nên thay vì đầu tư đa ngành (đầu tư ngoài ngành) thì Vinamilk đã dốc toàn lực phát triển năng lực cốt lõi gắn với chuỗi giá trị, đầu tư “đột phá” công nghệ hiện đại để bảo đảm tiêu chuẩn quốc tế và cải thiện năng suất, phát triển vùng nguyên liệu và thiết lập quan hệ tốt với các nhà cung cấp;

Thứ năm, công ty Vinamilk đã chú trọng đặc biệt tới việc tạo dựng và không ngừng quảng bá thương hiệu nổi tiếng của mình thông qua triết lý “kinh doanh gắn liền với thực hiện trách nhiệm xã hội”, nhằm tạo ra sự “khác biệt hóa” thân thiện đầy ấn tượng về thương hiệu sữa Vinamilk cho cộng đồng.

Bên cạnh đó, Công ty cổ phần Dược Hậu Giang cũng là một trong những doanh nghiệp nhà nước ở Việt Nam đã cổ phần hóa rất thành công. Bài học kinh nghiệm thành công được rút ra từ việc cổ phần hóa Công ty Dược Hậu Giang đó là:

Một, việc lựa chọn được nhân lực lãnh đạo cấp cao có tầm nhìn chiến lược, có năng lực quản trị doanh nghiệp hiện đại, giàu kinh nghiệm điều hành.

Hai, công ty có chiến lược kinh doanh tốt (khác biệt hóa phân khúc thị trường và chi phí thấp) dựa trên năng lực cốt lõi và gắn với nhu cầu thực của thị trường, bảo đảm dòng tài chính ổn định cho công ty. Chiến lược kinh doanh dựa trên triết lý kinh doanh và văn hóa kinh doanh của công ty.

Ba, công ty đã chú trọng tới công khai minh bạch thông tin, tiến hành kiểm toán hằng năm và sớm niêm yết trên thị trường chứng khoán, qua đó giúp tăng cường hiệu quả huy động vốn thành công và bảo đảm được đủ vốn để đáp ứng nhu cầu vốn kinh doanh của công ty. Công khai minh bạch thông tin chính là một trong những trụ cột quan trọng của quản trị doanh nghiệp hiện đại;

Bốn, dưới áp lực cạnh tranh lớn, công ty đã tập trung đầu tư cho công nghệ hiện đại, nghiên cứu và phát triển (R&D) gắn với chuỗi giá trị, đồng thời chủ động phát triển vùng nguyên liệu và xây dựng quan hệ tốt với nhà cung cấp;

Năm, công ty luôn chú trọng đầu tư vào nâng cao chất lượng nhân lực, coi nhân tố con người là “giá trị cốt lõi” của công ty (tuyển chọn người có kỹ năng và chủ động tạo môi trường thuận lợi để tất cả mọi người lao động đều được phát huy hết tiềm năng thể mạnh của mình trong công việc) bên cạnh sự thành công trong xây dựng mạng lưới phân phối.

Tuy nhiên, bên cạnh những thành công của một số doanh nghiệp, cũng không ít trường hợp gặp thất bại trong hoạt động kinh doanh. Trường hợp này phải kể tới Vinaline và Vinashin. Cùng với Vinashin, Tổng công ty Hàng hải Việt Nam Vinalines chính là một trong những doanh nghiệp nhà nước bị đánh giá là có kết quả kinh doanh yếu kém thua lỗ nghiêm trọng (kết quả kinh doanh thất bại này của Vinalines chỉ được công khai chính thức vào năm 2013 mặc dù đã thua lỗ nặng nề từ mấy năm trước đó). Những bài học kinh nghiệm chủ yếu rút ra từ thất bại của Tổng công ty Hàng hải Việt Nam Vinalines bao gồm:

Thứ nhất, chưa lựa chọn được nhân lực lãnh đạo chuyên nghiệp và tài giỏi phù hợp với quy mô của Tổng công ty Hàng hải Việt Nam Vinalines (thiếu tầm nhìn chiến lược, chưa dám nghĩ dám làm và dám tự chịu trách nhiệm, thiếu năng

lực quản trị doanh nghiệp hiện đại và kinh nghiệm điều hành quản lý,...) chính là một trong những nhân tố quan trọng nhất gây ra sự thất bại của Vinalines;

Thứ hai, Vinalines chưa xác định đúng chiến lược kinh doanh dựa trên năng lực cốt lõi của mình gắn với chuỗi giá trị và chuỗi cung toàn cầu, cụ thể chiến lược kinh doanh không có sự “khác biệt hóa tập trung vào phân khúc thị trường vận tải biển kết hợp với tối thiểu hóa chi phí” chính là một trong những nhân tố chủ chốt gây ra sự thất bại của Vinalines. Xây dựng chiến lược kinh doanh của Vinalines không phù hợp vì chưa dựa trên triết lý kinh doanh, văn hóa kinh doanh, năng lực cốt lõi của doanh nghiệp, và đặc biệt chưa điều tra và dự báo được nhu cầu của từng phân khúc thị trường vận tải biển. Chiến lược kinh doanh không phù hợp đã khiến cho Vinalines sử dụng đòn bẩy tài chính quá lớn để mở rộng quy mô sản xuất quá mức trong khi không có dự báo chiến lược kịp thời về xu hướng biến động nhu cầu thị trường vận tải biển thế giới, nên khi cầu thị trường sụt giảm mạnh và suy thoái trầm trọng thì hậu quả là Vinalines thua lỗ nghiêm trọng;

Thứ ba, Vinalines chưa quan tâm đúng mực tới việc công khai, minh bạch thường xuyên hoạt động tài chính và kết quả kinh doanh theo đúng quy định của pháp luật, chưa chú trọng đến kiểm toán độc lập hằng năm theo chuẩn mực và tiêu chuẩn kiểm toán quốc tế (chỉ có kiểm toán nội bộ của Vinalines) nên hiệu quả huy động vốn đầu tư rất thấp và không bảo đảm được lượng vốn cần thiết phục vụ nhu cầu kinh doanh của Vinalines. Thiếu công khai minh bạch ở Vinalines chính là một trong những biểu hiện rõ ràng nhất năng lực và trình độ thấp liên quan tới quản trị doanh nghiệp hiện đại trong điều hành Vinalines theo cơ chế thị trường;

Thứ tư, Vinalines chưa chú trọng đúng mực tới quản trị doanh nghiệp hiện đại nói chung và quản trị tài chính nói riêng trong suốt một thời gian dài, nên không chỉ sử dụng đòn bẩy tài chính quá cao mà đặc biệt là hiệu quả sử dụng vốn đầu tư và hiệu quả phân bổ vốn đầu tư (nhất là vốn vay từ hệ thống ngân hàng thương mại) thường rất thấp, nhất là trong bối cảnh cầu thị trường suy thoái trầm trọng. Đặc biệt, do Ban kiểm soát vẫn còn chịu sự chi phối đáng kể (tức là không độc lập) từ Hội đồng quản trị của Tổng công ty Hàng hải Việt Nam Vinalines nên Ban kiểm soát đã thực sự thất bại trong thực hiện chức năng “kiểm soát nội bộ”;

Nhận định về bài học thành công này cũng phù hợp với ý kiến tư vấn của nhiều chuyên gia quốc tế hàng đầu ở Việt Nam như Ngân hàng thế giới (WB), Quỹ tiền tệ quốc tế (IMF) hay Ngân hàng Phát triển châu Á (ADB). Ví dụ, theo ông Tomoyuki Kimura - Giám đốc quốc gia ADB tại Việt Nam đã đưa ra nhận định tại buổi họp báo công bố Báo cáo triển vọng phát triển châu Á năm 2014 vào sáng 01-4-2014 tại thành phố Hà Nội: “Nếu chỉ đo lường tiến độ của cổ phần hóa bằng số lượng doanh nghiệp nhà nước được cổ phần hóa và số vốn được thoái vốn, mà các doanh nghiệp nhà nước không tái cơ cấu hoạt động của mình để hoạt động hiệu quả hơn thì không thể thu hút nhiều nhà đầu tư tham gia... Chúng tôi không bao giờ khuyến khích cổ phần hóa, nếu đó chỉ là về mặt kỹ thuật. Nhưng nếu quá trình này có thể đưa đến những nhà đầu tư giúp doanh nghiệp nâng cao khả năng quản trị doanh nghiệp thì đáng khuyến khích. Đồng thời, chuyên gia kinh tế Dominic Mellor của Ngân hàng Phát triển châu Á (tại buổi họp báo công bố Báo cáo triển vọng phát triển châu Á năm 2014 của ADB) cũng đã nhấn mạnh thêm rằng: “Đừng nghĩ rằng cứ cổ phần hóa thì doanh nghiệp nhà nước có thể phát triển đi lên. Hiện nay chất lượng quản trị doanh nghiệp của Việt Nam còn tụt hậu so với nhiều nước trong khu vực”.

Như vậy, có thể thấy rằng kinh nghiệm thất bại của một số doanh nghiệp nhà nước (chủ yếu là các tập đoàn và tổng công ty nhà nước) ở Việt Nam trong quá trình sắp xếp, đổi mới và tái cơ cấu doanh nghiệp nhà nước cũng như cổ phần hóa, có thể rút ra một số nhận định ban đầu rằng những doanh nghiệp nhà nước có kết quả kinh doanh thua lỗ lớn ở Việt Nam kể từ đầu thập kỷ đầu, thế kỷ XXI cho đến nay thường có ba điểm chung chủ yếu về chất lượng quản trị doanh nghiệp thấp (trong đó quan trọng nhất là chưa chọn được tổng giám đốc điều hành (CEO) có tầm nhìn chiến lược và chuyên nghiệp, rồi đến chiến lược kinh doanh cũng không phù hợp với năng lực cốt lõi của doanh nghiệp và chưa gắn chặt với chuỗi giá trị khu vực/toàn cầu; cũng như thất bại của kiểm sát nội bộ doanh nghiệp trong môi trường kinh doanh thiếu công khai minh bạch thông tin và thiếu trách nhiệm giải trình; hoạt động trong môi trường hạn chế cạnh tranh, thậm chí có vị thế độc quyền (không tuân thủ đầy đủ các “nguyên tắc và kỷ luật thị trường” theo cơ chế thị trường); và chất lượng quản trị và quản lý nhà nước cũng như thực hiện quyền chủ sở hữu nhà nước đối với doanh nghiệp nhà nước còn nhiều bất cập và kém hiệu quả trong bối cảnh hội nhập quốc tế ngày càng sâu, rộng.

Nhận định này cũng nhận được sự ủng hộ của cả các chuyên gia kinh tế trong và ngoài nước. Thêm vào đó, từ phía các cơ quan quản lý nhà nước, các cơ quan chủ quản cũng đã thẳng thắn chỉ ra những nguyên nhân chủ quan (bên cạnh các nguyên nhân khách quan khác) có ảnh hưởng quyết định tới kết quả thất bại của Vinashin là do năng lực quản trị doanh nghiệp và dự báo yếu kém, trình độ cán bộ lãnh đạo quản lý chưa đáp ứng yêu cầu; xây dựng và thực hiện kế hoạch sản xuất - kinh doanh, kế hoạch đầu tư của doanh nghiệp quá nhanh, quá nóng, không phù hợp với nguồn vốn, năng lực quản lý và quy hoạch phát triển được cấp có thẩm quyền phê duyệt; quản lý đầu tư, quản lý tài chính lỏng lẻo, kém hiệu quả, nhiều quyết định trái quy định của pháp luật; tổ chức phát triển hệ thống doanh nghiệp quá dàn trải và quản lý nhân sự cán bộ không chặt chẽ.

Ngoài ra, các chuyên gia kinh tế quốc tế cũng chia sẻ nhiều nhận định tương đồng về những nguyên nhân chủ yếu gây ra các yếu kém và thất bại của các doanh nghiệp nhà nước ở Việt Nam trong hai thập kỷ vừa qua chủ yếu là do sự phân bổ không hợp lý các nguồn lực bên cạnh việc chi tiêu nguồn vốn không hiệu quả và chiến lược kinh doanh không phù hợp.

- Dựa trên những phân tích thực nghiệm cụ thể của một số doanh nghiệp nhà nước ở Việt Nam (bao gồm cả các doanh nghiệp nhà nước thành công và thất bại, cũng như doanh nghiệp nhà nước đã cổ phần hóa và doanh nghiệp nhà nước chưa cổ phần hóa, đặc biệt là cả tập đoàn kinh tế và tổng công ty nhà nước) kể từ đầu thập kỷ đầu, thế kỷ XXI cho đến nay, có thể thấy để vận hành tốt doanh nghiệp nhà nước ở Việt Nam cần thực hiện các yếu tố như:

Thứ nhất, cần áp dụng triệt để quản trị doanh nghiệp hiện đại theo hướng tiệm cận tới các thông lệ và chuẩn mực quốc tế về quản trị doanh nghiệp, trong đó nhấn mạnh đặc biệt tới quản trị chiến lược kinh doanh, quản trị tài chính và quản trị nhân lực.

Thứ hai, nhất thiết phải chú trọng đặc biệt tới khâu tuyển chọn/thuê tổng giám đốc (CEO) có tầm nhìn chiến lược và chuyên nghiệp (có năng lực và giàu kinh nghiệm áp dụng quản trị doanh nghiệp hiện đại) trong cùng lĩnh vực kinh doanh theo cơ chế thị trường.

Thứ ba, thực hiện việc ưu tiên hàng đầu cho mục tiêu thiết lập chiến lược kinh doanh phù hợp dựa trên năng lực cốt lõi, triết lý kinh doanh và văn hoá

kinh doanh của doanh nghiệp, đồng thời phù hợp với nhu cầu, thị hiếu của từng phân khúc thị trường và gắn chặt với chuỗi giá trị toàn cầu.

Thứ tư, hiện nay, trong cả giai đoạn trước cổ phần hóa và sau cổ phần hóa, đã chủ động công khai minh bạch hóa thông tin (đầy đủ, kịp thời, có độ tin cậy cao) về hoạt động tài chính và kết quả sản xuất - kinh doanh cùng với thực hiện kiểm toán độc lập hằng năm nhằm không chỉ tăng cường niềm tin của thị trường (cổ đông, các đối tác, nhà đầu tư tiềm năng,...) vào doanh nghiệp, qua đó giúp cải thiện hiệu quả huy động vốn với chi phí thấp và tăng cường giám sát nội bộ doanh nghiệp.

Thứ năm, phải thực hiện tách bạch độc lập thực sự giữa chức năng của Ban kiểm soát với chức năng Hội đồng quản trị (và Ban giám đốc điều hành) cũng như nâng cao năng lực kiểm toán nội bộ doanh nghiệp nhằm tăng cường chất lượng kiểm sát nội bộ doanh nghiệp.

Thứ sáu, các doanh nghiệp nhà nước đã tập trung đầu tư mạnh vào khâu nghiên cứu và phát triển (R&D), đặc biệt là đầu tư “đột phá” vào công nghệ hiện đại dựa trên năng lực cốt lõi của doanh nghiệp và gắn chặt với chuỗi giá trị toàn cầu thay vì lựa chọn đầu tư đa ngành, đa lĩnh vực.

Thứ bảy, cần thường xuyên khảo sát thị trường tiêu dùng, tập trung phân tích đối thủ cạnh tranh, cập nhật dự báo chiến lược thị trường tiêu dùng cũng như chủ động phát triển vùng nguyên liệu đầu vào, đồng thời thiết lập quan hệ tốt với các nhà cung cấp nguyên liệu đầu vào chiến lược.

Thứ tám, tuân thủ quy luật điều tiết của thị trường, cạnh tranh lành mạnh, bình đẳng với các loại hình doanh nghiệp khác từ đó có động lực thúc đẩy doanh nghiệp đổi mới công nghệ, giảm chi phí, tăng hiệu quả đầu tư và tăng cường năng lực cạnh tranh trong nước và quốc tế.

Thứ chín, xây dựng và thực hiện hiệu quả văn hóa kinh doanh, triết lý kinh doanh trong doanh nghiệp nhằm nâng cao năng lực nội tại về chất lượng lao động cũng như trình độ công nghệ ứng dụng.

Cuối cùng, coi trọng việc xây dựng chiến lược quảng bá và phát triển “thương hiệu” dựa trên sự kết hợp hài hòa giữa bảo đảm chất lượng sản phẩm theo tiêu chuẩn quốc tế gắn với chiến lược văn hóa kinh doanh cũng như triết lý kinh doanh của doanh nghiệp theo hướng: “kinh doanh gắn liền với thực hiện trách nhiệm xã hội và thân thiện với môi trường”.