

TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI TRONG CÁC DOANH NGHIỆP KINH DOANH THỦY SẢN Ở ĐỒNG BẰNG SÔNG CỬU LONG

Lê Thị Phương Dung^{1*}, Đinh Xuân Lập²

TÓM TẮT

Nghiên cứu được thực hiện thông qua điều tra 61 doanh nghiệp, bao gồm doanh nghiệp chế biến thủy sản, doanh nghiệp sản xuất giống, kinh doanh thức ăn, thú y thủy sản, thu mua thủy sản nhằm tìm hiểu thực trạng thực hành trách nhiệm xã hội của các doanh nghiệp trong ngành thủy sản. Kết quả nghiên cứu cho thấy, doanh nghiệp thủy sản đã có sự sẵn sàng nhất định để áp dụng trách nhiệm xã hội thông qua xây dựng kế hoạch phát triển bền vững và đưa trách nhiệm xã hội vào kế hoạch kinh doanh. Doanh nghiệp thủy sản ngày càng quan tâm tới lợi ích khách hàng thông qua việc cung cấp đầy đủ thông tin sản phẩm trên bao bì và quảng cáo không quá khuếch trương. Doanh nghiệp đã có ý thức nhất định đối với môi trường và hệ sinh thái tự nhiên thông qua báo cáo đánh giá tác động môi trường cùng với phần lớn doanh nghiệp có chính sách sử dụng nguồn nguyên liệu bền vững. Bên cạnh đó, đa số doanh nghiệp thủy sản có chính sách lao động hợp lý. Tuy nhiên, thực hành trách nhiệm xã hội trong các doanh nghiệp nhỏ còn nhiều hạn chế; số ít doanh nghiệp né tránh việc trao đổi thông tin với người lao động và sự bất bình đẳng về tiền lương giữa lao động thời vụ và lao động toàn thời gian.

Từ khóa: Trách nhiệm xã hội, doanh nghiệp, thủy sản.

1. MỞ ĐẦU

Ngành thủy sản Việt Nam có vị trí quan trọng trong nền kinh tế quốc dân, được xác định là một trong năm ngành kinh tế biển then chốt trong Chiến lược biển Việt Nam đến năm 2020 (Ban Chấp hành Trung ương, 2018). Năm 2019, xuất khẩu thủy sản của cả nước đạt trên 8,6 tỷ USD, trong đó xuất khẩu tôm đạt 3,38 tỷ USD, xuất khẩu cá tra đạt gần 2 tỷ USD, xuất khẩu cá ngừ tăng trưởng 12% so với năm 2019 (VASEP, 2019). Tuy nhiên, sự tăng trưởng của ngành thủy sản trong những năm qua đã có những tác động tiêu cực đối với môi trường và xã hội, như: phát tán các chất hóa học vào môi trường, làm giảm đa dạng hệ sinh thái, thoái hóa chất lượng đất, ô nhiễm môi trường nước (Nguyễn Công Văn, 2017). Nhiều hoạt động khai thác thủy sản thiếu bền vững vẫn còn tồn tại và chưa được quản lý đúng mức, như: dùng xung điện đánh bắt thủy sản, khai thác tận diệt. Ngoài ra, các vấn đề liên quan đến phúc lợi của người lao động, vấn đề sản xuất và môi trường tại các doanh nghiệp còn nhiều điểm bất cập (Lê Văn Bằng, 2019; Văn phòng doanh nghiệp vì sự phát triển bền vững, 2015).

Trong nhiều thập niên trước đây, vấn đề Trách nhiệm xã hội (Corporate Social Responsibility - CSR)

đã được nhiều tác giả đề cập trong các nghiên cứu của mình như Dodd (1932), Bowen (1953), Berle (1931), Votaw (1972). Ở thời kỳ này, trách nhiệm xã hội được nhìn nhận là trách nhiệm của nhà quản lý đối với xã hội, trách nhiệm trong việc thực thi các chính sách mà không làm tổn hại đến quyền và lợi ích của người khác. Mối quan tâm về trách nhiệm xã hội trở nên phổ biến rộng rãi hơn trong giai đoạn gần đây. Năm 2002, Hội đồng Kinh doanh thế giới về Phát triển bền vững (WBSD, 2002) đã nêu rõ: Trách nhiệm xã hội doanh nghiệp là sự cam kết của doanh nghiệp đóng góp vào 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, theo cách có lợi cho cả doanh nghiệp cũng như phát triển chung của xã hội.

Hiện nay, nhiều hệ thống chứng nhận về Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (CSR) được các khách hàng quốc tế yêu cầu đối với thủy sản Việt Nam như: SA8000, BSCI, COSTCO, SMETA, METRO, WALMART, BAP, ASC. Ngoài ra, CSR cũng được đề cập dày đặc trong các Hiệp định thương mại tự do (Free Trade Agreement - FTA), Hiệp định đối tác kinh tế xuyên Thái Bình Dương (Trans-Pacific Partnership Agreement - TPP) và trong hướng dẫn bổ sung cho nghề cá quy mô nhỏ của Tổ chức Lương thực và Nông nghiệp Liên hợp quốc (Food and Agriculture Organization of the United Nations -

¹ Khoa Kinh tế, Trường Cao đẳng Kinh tế, Kỹ thuật và Thủy sản

² Trung tâm Hợp tác Quốc tế Nuôi trồng và Khai thác thủy sản bền vững (ICAFIS)

*Email: tpdung@cdts.edu.vn

FAO). Các nghiên cứu của Padmakshi Rana và cộng sự (2009), Vijaya và Indra (2008), Nguyễn Ngọc Thắng (2010) đã chứng minh CSR là công cụ giúp doanh nghiệp phát triển bền vững, tạo được giá trị cho các bên liên quan, tăng doanh thu và năng suất lao động, cải thiện môi trường làm việc, sức khỏe và an toàn cho người lao động, thu hút được đội ngũ nhân sự trình độ cao, mở rộng cơ hội kinh doanh quốc tế. Thực hành Trách nhiệm xã hội trở thành một trong những minh chứng thể hiện trách nhiệm của doanh nghiệp thủy sản Việt Nam, giúp doanh nghiệp thủy sản Việt Nam phát triển bền vững, thuận lợi hơn trong việc đàm phán hợp đồng, tăng lợi thế cạnh tranh so với đối thủ, đồng thời tạo giá trị riêng cho chính doanh nghiệp mình. Việt Nam vẫn còn một quãng đường dài đầy thử thách phía trước để đáp ứng các tiêu chuẩn của Liên minh châu Âu, Mỹ và thế giới về chất lượng, vệ sinh an toàn thực phẩm, quyền lợi của công nhân, về bảo tồn và phát triển nguồn lợi thủy sản, bảo vệ hệ sinh thái tự nhiên. Bài viết trình bày về sự sẵn sàng áp dụng thực hành trách nhiệm xã hội, tình hình áp dụng, thông qua đó giúp cho người đọc có cái nhìn tổng quát về thực trạng thực hành trách nhiệm xã hội của các doanh

niệp thủy sản Việt Nam.

2. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

2.1. Chọn điểm nghiên cứu và chọn mẫu nghiên cứu

Nghiên cứu được thực hiện thông qua điều tra 61 doanh nghiệp kinh doanh thủy sản và các doanh nghiệp có liên quan tại các tỉnh/thành phố: Cần Thơ, Bạc Liêu, Sóc Trăng, An Giang, Bến Tre và một số tỉnh khác (Cà Mau, Đồng Tháp, Tiền Giang). Nghiên cứu không điều tra tại các hộ nuôi trồng thủy sản, do quy mô nuôi trồng thủy sản ở nước ta hầu hết ở quy mô hộ gia đình và thực tế chưa có nhiều thực hành trách nhiệm xã hội ở các hộ gia đình.

Nghiên cứu áp dụng phương pháp chọn mẫu phi xác suất để thu thập thông tin vì một số lý do thực tế: các doanh nghiệp thủy sản có sự e ngại và đề phòng với các nghiên cứu, nhất là về chủ đề trách nhiệm xã hội; các doanh nghiệp thường bảo vệ hệ thống số liệu kinh doanh của họ như là bí mật kinh doanh; thực tế các đơn vị vẫn sử dụng một số loại thuốc như kháng sinh, tăng trọng nên họ rất ngần ngại trong việc chia sẻ thông tin; việc tiếp xúc với các đơn vị này đòi hỏi nhóm nghiên cứu phải thiết lập được sự quen biết và tin cậy.

Bảng 1. Số lượng doanh nghiệp điều tra

Doanh nghiệp	Tỉnh/thành phố					
	Cần Thơ	Bến Tre	Sóc Trăng	Bạc Liêu	An Giang	Tỉnh khác
Chế biến thủy sản	7	3		4	7	7
Thu mua thủy sản			16			
Sản xuất giống				2		
Thú y	1			2		2
Thức ăn thủy sản	2			1	5	2
Tổng	10	3	16	9	12	11

2.2. Phương pháp phân tích và xử lý số liệu

Kết quả của nghiên cứu này được phân tích và xử lý dựa trên các phương pháp như thống kê mô tả, phương pháp so sánh, phân tích và tổng hợp để đánh giá thực trạng áp dụng CSR trong các doanh nghiệp kinh doanh thủy sản.

3. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN

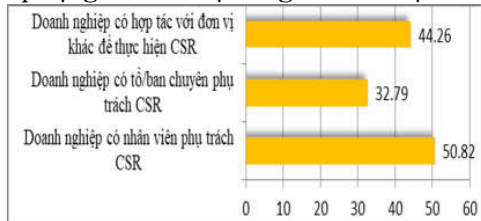
3.1. Sự sẵn sàng thực hành trách nhiệm xã hội trong các doanh nghiệp

Để đánh giá mức độ sẵn sàng thực hành trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp kinh doanh thủy sản, nghiên cứu đã tiến hành đánh giá dựa trên một số tiêu chí chính liên quan tới đạo đức kinh doanh, các

tiêu chuẩn về xã hội, hệ thống quản lý, môi trường. Kết quả cho thấy có 50,82% doanh nghiệp có nhân viên phụ trách về trách nhiệm xã hội. Qua phỏng vấn trực tiếp, các nhân viên của doanh nghiệp thường được cử đi tham gia các khóa đào tạo về triển khai VietGAP. Rất ít doanh nghiệp có tổ/ban chuyên trách phụ trách về trách nhiệm xã hội. Số lượng doanh nghiệp có tổ/ban chuyên môn phụ trách về trách nhiệm xã hội chỉ chiếm 32,79% và hầu hết là các doanh nghiệp chế biến thủy sản lớn.

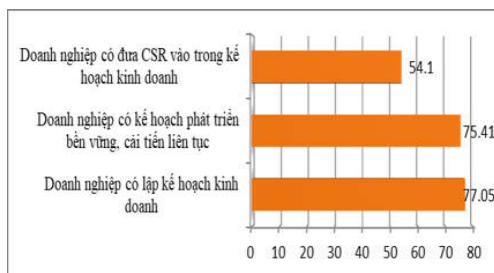
Kết quả điều tra cũng cho thấy, 44,26% doanh nghiệp có hợp tác với đơn vị bên ngoài để thực hiện trách nhiệm xã hội trong doanh nghiệp. Các doanh nghiệp lớn thường thuê công ty tư vấn hỗ trợ thực

hành trách nhiệm xã hội để đạt được các chứng chỉ trách nhiệm xã hội (SA 8000, BSCI, ASC...) cũng như đáp ứng yêu cầu của đối tác nước ngoài nhằm phục vụ hoạt động xuất khẩu. Các doanh nghiệp nhỏ thường hợp tác với chi cục thủy sản của tỉnh để thực hiện áp dụng VietGAP tại vùng nuôi đơn vị mình.



Hình 1. Sự sẵn sàng áp dụng thực hành trách nhiệm xã hội trong các doanh nghiệp

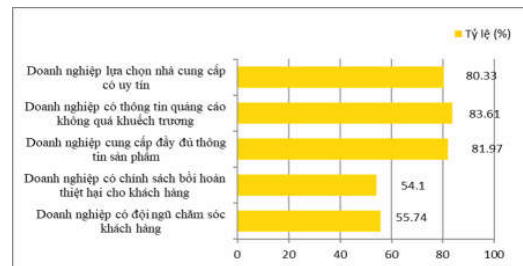
Lập kế hoạch là chức năng đầu tiên trong bốn chức năng của quản lý là: lập kế hoạch, tổ chức, lãnh đạo và kiểm tra. Lập kế hoạch rất quan trọng đối với mỗi doanh nghiệp bởi vì nó gắn liền với việc lựa chọn mục tiêu, chương trình hành động trong tương lai, giúp doanh nghiệp xác định được các chức năng còn lại nhằm đảm bảo đạt được các mục tiêu đề ra. Trong số các doanh nghiệp tham gia khảo sát, có 77,05% doanh nghiệp có lập kế hoạch kinh doanh, 75,41% doanh nghiệp có kế hoạch phát triển bền vững, cải tiến liên tục. Đây là một dấu hiệu tốt, bởi vì như phân tích ở trên, thông qua hoạt động lập kế hoạch kinh doanh, doanh nghiệp phải tính đến việc thực hành trách nhiệm xã hội trong doanh nghiệp mình.



Hình 2. Kế hoạch phát triển của doanh nghiệp

Các doanh nghiệp trong ngành thủy sản có nhận thức rất rõ ràng về vai trò của trách nhiệm xã hội đối với sự phát triển của doanh nghiệp mình. Với 54,1% doanh nghiệp đưa trách nhiệm xã hội vào trong kế hoạch kinh doanh hàng năm, đặc biệt ở các doanh nghiệp quy mô lớn, kế hoạch thường từ 3 - 5 năm. Các doanh nghiệp này thường hợp tác với các công ty tư vấn nên họ có sự chuẩn bị kỹ lưỡng để đảm bảo uy tín cũng như đáp ứng ngay lập tức nhu cầu của các đối tác.

3.2. Trách nhiệm trong sản xuất và môi trường của doanh nghiệp

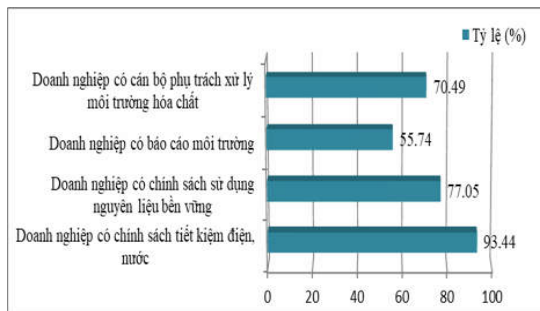


Hình 3. Trách nhiệm trong sản xuất của các doanh nghiệp

Một trong những vấn đề liên quan đến thực hành trách nhiệm xã hội trong ngành thủy sản là trách nhiệm trong sản xuất. Theo kết quả của cuộc khảo sát, có 55,74% doanh nghiệp có đội ngũ chăm sóc khách hàng, giải quyết tranh chấp; 54,1% doanh nghiệp có chính sách bồi hoàn thiệt hại cho người tiêu dùng nếu sản phẩm, dịch vụ không đạt chuẩn. Số ít doanh nghiệp không có chính sách hỗ trợ khách hàng thường là doanh nghiệp thu mua thủy sản. Số lượng doanh nghiệp cung cấp thông tin về nguyên liệu, xuất xứ sản phẩm trên bao bì của sản phẩm chiếm tỷ lệ 81,97%. Bên cạnh đó, tỷ lệ doanh nghiệp không có thông tin quảng cáo và tiếp thị không quá khuếch trương, hô hào quá sự thật cũng chiếm tới 83,61%. Thông qua đó khách hàng có thể nắm được đầy đủ thông tin của sản phẩm mình sử dụng. Điều này cho thấy, các doanh nghiệp thủy sản đã có ý thức trong hoạt động liên quan đến khách hàng, coi trọng khách hàng, đảm bảo đạo đức kinh doanh mà cụ thể là cam kết của doanh nghiệp trong ứng xử phù hợp với lợi ích khách hàng. Các doanh nghiệp thủy sản cũng ý thức hơn việc phát triển theo chuỗi giá trị, bằng việc lựa chọn các đối tác và kiểm soát chặt chẽ các nhà cung cấp. Doanh nghiệp thường lựa chọn nhà cung cấp có uy tín và không sử dụng sản phẩm đầu vào không có nguồn gốc rõ ràng nhằm đảm bảo chất lượng sản phẩm của doanh nghiệp.

Ngày nay, biến đổi khí hậu, ô nhiễm môi trường, an ninh lương thực, an ninh nguồn nước đã trở thành vấn đề toàn cầu. Các doanh nghiệp thủy sản Việt Nam cũng đối mặt với các yếu tố thay đổi về môi trường, ảnh hưởng đến nguồn nước, không khí và ảnh hưởng tới năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp. Đa số doanh nghiệp tham gia phỏng vấn

(55,74%) có báo cáo đánh giá tác động môi trường. Với đánh giá này, doanh nghiệp phải đảm bảo không có tác động hoặc tác động ít nhất tới môi trường xung quanh. Cùng với 70,49% doanh nghiệp có cán bộ chuyên trách về xử lý ô nhiễm môi trường và hóa chất của doanh nghiệp đã thể hiện doanh nghiệp có trách nhiệm với môi trường.



Hình 4. Trách nhiệm môi trường của doanh nghiệp

Hầu hết doanh nghiệp có chính sách liên quan đến việc sử dụng và tiết kiệm điện, nước. Trong quá trình sản xuất, lượng tiêu thụ điện, nước ở các doanh nghiệp thủy sản, đặc biệt doanh nghiệp chế biến thủy sản khá cao. Trong đó, hệ thống cấp đông, hệ thống chiếu sáng nhà máy, hệ thống rửa sản phẩm là những hệ thống tiêu hao nhiều năng lượng nhất. Doanh nghiệp có thể tiết kiệm năng lượng bằng cách thay đổi thói quen thực hành của công nhân, cải tiến công nghệ sản xuất, đầu tư điện mặt trời. Việc tiết kiệm điện, nước không chỉ giúp các doanh nghiệp giảm chi phí, hạ giá thành sản phẩm mà còn tăng hình ảnh của doanh nghiệp về phát triển bền vững với các đối tác mua hàng.

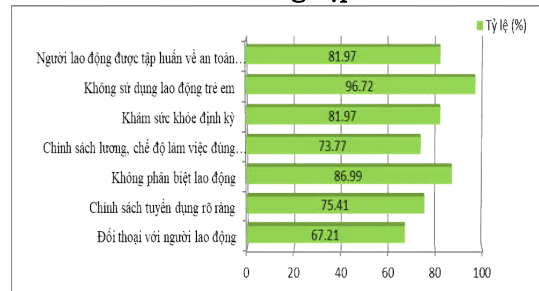
Phần lớn doanh nghiệp có chính sách sử dụng nguồn nguyên liệu bền vững. Nguyên liệu bền vững trong thủy sản bao gồm nguồn hải sản tuân thủ IUU, nguồn nuôi trồng thủy sản thân thiện với môi trường (chỉ thải chất thải đã được xử lý ra môi trường), nguồn nguyên liệu đạt các chứng chỉ bền vững MSC, ASC, BAP, GlobalGAP, VietGAP. Với việc sử dụng nguyên liệu bền vững thể hiện doanh nghiệp có ý thức thực hành trách nhiệm với môi trường và xã hội thông qua thúc đẩy chuỗi cung ứng có trách nhiệm. Tuy nhiên, so với nguyên liệu bền vững thì nguồn nguyên liệu không bền vững có giá thành rẻ hơn, dễ tìm kiếm hơn. Do đó, đây cũng là một trong những khó khăn, thách thức trong thúc đẩy thực hành trách nhiệm xã hội cũng như các chương trình phát triển bền vững.

3.3. Chính sách với người lao động của doanh nghiệp

Các chương trình chứng nhận liên quan đến CSR chủ yếu tập trung vào các vấn đề lao động, tiền lương, điều kiện làm việc và an toàn lao động. Kết quả nghiên cứu cho thấy, phần lớn các doanh nghiệp thủy sản đều có cơ sở vật chất đáp ứng yêu cầu làm việc. Điều kiện làm việc trong các nhà máy là một trong những chủ đề cho các cuộc đối thoại giữa người sử dụng lao động và người lao động. Kết quả nghiên cứu cho thấy, hầu hết các doanh nghiệp, đặc biệt là các doanh nghiệp chế biến thủy sản đều có môi trường làm việc sạch sẽ, đầy đủ ánh sáng, có lối thoát hiểm, có đầy đủ dụng cụ làm việc và các thiết bị an toàn lao động. Trong khi các nhà máy chế biến lớn đều có phòng y tế, thiết bị sơ cứu thì các doanh nghiệp nhỏ thường bỏ qua điều kiện này.



Hình 5. Điều kiện làm việc của người lao động trong doanh nghiệp



Hình 6. Chính sách đối với người lao động

Ngày nay, các doanh nghiệp thủy sản đã chú trọng vào việc cải thiện môi trường làm việc. Tuy nhiên, những thực hành hiện tại chỉ tập trung vào an toàn điện, chống trơn trượt trên sàn,... không thể giải quyết các yếu tố khó khăn trong công việc điển hình cho chế biến thủy sản như: tư thế làm việc trong thời gian dài, nhiệt độ môi trường làm việc thấp, độ ẩm cao, sử dụng hoá chất, phụ gia trong chế biến... Bên cạnh đó, các công ty tuân theo SA8000, BSCI có trang bị một phòng đặc biệt có đủ cơ sở vật chất để các công

nhân nữ đang cho con bú có thể vắt, trữ sữa và cung cấp nơi giữ trẻ cho các nữ công nhân.

Ngoài môi trường làm việc, các chính sách đối với người lao động thể hiện thực hiện trách nhiệm xã hội đối với người lao động của doanh nghiệp. Chính phủ đã có quy định rõ ràng về đối thoại tại nơi làm việc giữa người sử dụng lao động và người lao động, tuy nhiên, số lượng doanh nghiệp có tổ chức đối thoại chỉ chiếm 67,21% cho thấy nhiều doanh nghiệp còn trốn tránh việc chia sẻ thông tin với người lao động. Tỷ lệ doanh nghiệp có chính sách tuyển dụng rõ ràng và chính sách lương, thưởng, chế độ làm việc đúng quy định lần lượt là 75,41% và 73,77%. Có thể thấy, vẫn còn không ít doanh nghiệp chưa tuân thủ các chính sách này theo quy định của pháp luật. Mặc dù nhiều doanh nghiệp thông báo mức lương của công nhân là tương tự nhau cho cùng một công việc. Tuy nhiên, trên thực tế công nhân thời vụ công nhật nhận lương 2 - 3 ngày một lần có mức lương ít hơn 5% mức lương của lao động biên chế. Các doanh nghiệp làm khá tốt các chính sách như: cung cấp xe buýt đưa đón, nghỉ thai sản, ưu tiên cho dịch vụ chăm sóc trẻ em, bảo hiểm, làm việc ngoài giờ, môi trường làm việc cho lao động nữ đang trong thời kỳ thai sản. Nhìn chung, các doanh nghiệp đang thực hiện tốt các chính sách bảo vệ phụ nữ, lao động nữ đang trong thời kỳ thai sản được hưởng các chế độ theo các thực hành ưu tiên và theo quy định của pháp luật.

Số lượng doanh nghiệp tổ chức khám sức khỏe định kỳ và tập huấn cho người lao động về quy trình làm việc, an toàn vệ sinh lao động chiếm tỷ lệ cao (81,97%) cho thấy các nhà quản lý đánh giá cao tầm quan trọng của việc ngăn chặn ô nhiễm chéo và chất lượng sản phẩm – hai yếu tố cực kỳ quan trọng đối với một nhà máy chế biến thủy sản.

Lao động trẻ em là một trong những tiêu chí cốt lõi của các tiêu chuẩn và thực hành trách nhiệm xã hội mà tất cả các doanh nghiệp phải tuân thủ nghiêm ngặt. Quá trình khảo sát cho thấy, trong các xưởng chế biến tạm thời/xưởng sơ chế, việc vi phạm lao động trẻ em dường như nằm ngoài tầm kiểm soát của các cơ quan. Thực tế, đây là những tiền đề của nền kinh tế phi chính thức, nơi có nhiều lao động tự do và lao động thời vụ đang làm việc.

Phân biệt đối xử, cơ hội và đối xử bình đẳng là các khía cạnh khác trong nội dung cốt lõi của CSR. Có 86,99% doanh nghiệp được phỏng

vấn cho rằng trong doanh nghiệp không có sự phân biệt giới tính giữa nam và nữ cũng như giữa lao động biên chế và lao động thời vụ. Như phân tích ở trên, vẫn tồn tại sự khác biệt giữa mức lương của lao động biên chế và lao động thời vụ. Vấn đề giới hiện hữu trong phân công công việc trong nhà máy. Quá trình sản xuất bao gồm nhiều giai đoạn với các công việc khác nhau. Quy trình sử dụng nhiều lao động nhất là quy trình sơ chế (phi lê cá, lột vỏ tôm), đòi hỏi tốc độ và kỹ năng tỉ mỉ, phù hợp với lao động nữ. Các công đoạn khác như nhận nguyên liệu, mang vác, cân, vận chuyển, chạy máy, đông lạnh, đóng gói, cất vào kho lạnh đòi hỏi sức mạnh thể chất, sức bền phù hợp với nam công nhân. Nhìn chung, công nhân, bất kể giới tính của họ, được trả với cùng mức lương cho cùng một công việc được thực hiện với cùng trình độ và kỹ năng. Tuy nhiên, lao động nam thường có thu nhập cao hơn, bao gồm phụ cấp so với nữ vì công việc của họ được coi là “nặng hơn” và “nguy hiểm hơn”.

4. KẾT LUẬN

Phần lớn doanh nghiệp nhận thức được vai trò của thực hành CSR trong doanh nghiệp, tuy nhiên, tỷ lệ doanh nghiệp có hợp tác với đơn vị bên ngoài để thực hiện CSR, có ban chuyên trách phụ trách về CSR và tỷ lệ doanh nghiệp đưa CSR trong kế hoạch kinh doanh còn thấp, chứng tỏ nhiều doanh nghiệp thủy sản còn loay hoay và chưa sẵn sàng trong quá trình thực hiện.

Cùng với các chính sách như bồi hoàn, dịch vụ chăm sóc khách hàng, cung cấp thông tin sản phẩm, doanh nghiệp thủy sản thể hiện trách nhiệm đối với lợi ích của khách hàng cũng như sự quan tâm tới đạo đức kinh doanh.

Doanh nghiệp thủy sản ngày càng có ý thức về trách nhiệm đối với môi trường và bảo vệ nguồn lợi thủy sản. Hầu hết doanh nghiệp thủy sản đều có môi trường làm việc đảm bảo với đầy đủ dụng cụ lao động. Phần lớn doanh nghiệp thủy sản đều có chính sách đối với người lao động theo quy định của pháp luật. Tỷ lệ doanh nghiệp không sử dụng lao động trẻ em, không phân biệt lao động đều ở mức cao, cùng với các chế độ khác như: khám sức khỏe định kỳ, tập huấn cho người lao động, chế độ lương, thời gian làm việc,... đã cho thấy các doanh nghiệp đang ngày càng làm tốt thực hành trách nhiệm đối với người lao động thông qua việc đảm bảo lợi ích của người lao động trong doanh nghiệp.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Ban Chấp hành Trung ương, 2018. Nghị quyết số 36-NQ/TW, Hội nghị lần thứ tám Ban Chấp hành Trung ương Đảng khóa XII về Chiến lược phát triển bền vững kinh tế biển Việt Nam đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045. Hà Nội ngày 22 tháng 10 năm 2018.
2. Berle, A. A., 1931. Corporate powers as powers in trust. *Harvard Law Review*, 44(7), 1049-1074.
3. Bowen, H., 1953. Social Responsibilities of the Businessman. Harper.
4. Dodd, E. M., 1932. For whom are corporate managers trustee? *Havard Law Review*. 5/7. 1145 - 1163.
5. Padmakshi Rana, Platts Jim and Gregory Mike, 2009. Exploration of corporate social responsibility (CSR) in multinational companies within the food industry. Queen's discussion paper series on Corporate responsibility reserch. No 2/2009.
6. Lê Văn Bằng, 2019. Những vấn đề lao động, việc làm và thực hành lao động mang tính trách nhiệm xã hội trong chuỗi cung ứng thủy sản tại Việt Nam. Báo cáo đến Tổ chức Lao động Quốc tế (ILO) Hà Nội.
7. Murthy, Vijaya and Abeysekera, Indra (2008). Corporate social reporting practices of top Indian software firms, *Australasian Accounting, Business and Finance Journal*, 2(1), 2008, 36-59. doi:10.14453/aabfj.v2i1.4
8. Nguyễn Công Văn, 2017. Tổng quan về ô nhiễm nông nghiệp tại Việt Nam: Ngành thủy sản. Được soạn thảo cho Ngân hàng Thế giới, Washington, DC. <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/29243/122932-Vietnam-aquaculture-VN.pdf?sequence=4&isAllowed=y>
9. Nguyễn Ngọc Thắng, 2010. Gắn quản trị nhân sự với trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp. Tạp chí Khoa học - ĐHQG Hà Nội, số 26/2010. Tr: 232 - 238.
10. VASEP, 2019. Xuất khẩu thủy sản năm 2019 cán đích với 8,6 tỷ USD. http://vasep.com.vn/Tin-Tuc/1200_58730/Xuat-khau-thuy-san-nam-2019-can-dich-voi-86-ty-USD.htm truy cập ngày 26 tháng 10 năm 2020.
11. Văn phòng Doanh nghiệp vì sự phát triển bền vững, 2015. Báo cáo thực trạng thực hành trách nhiệm xã hội trong chuỗi giá trị nuôi trồng và chế biến thủy sản. Hà Nội.
12. Votaw, D., 1972. Genius becomers rare: A comment on the doctrine of social responsibility. *California Management Review*. 15/2: 25-31.
13. WBSD (World Business Council for Sustainable Development), 2002. The Business Case for Sustainable Development. Geneva.

**CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN SEAFOOD/FISHERIES ENTERPRISES
IN THE ME KONG DELTA**

Le Thi Phuong Dung, Dinh Xuan Lap

Summary

This research was conducted through a survey of 61 companies including seafood processing companies, hatcheries, feed companies, aquaculture veterinary compnies and seafood buyers to find out the actual situation on corporate social responsibility practice of the companies in seafood sector. Research results show that seafood/fishries companies are willing to apply corporate social responsibility through building a sustainbale development plan and putting corporate social responsibility in their business plan. Seafood/fisheries companies are increasingly interested in customer benefits through providing full product information on the bags and advertising non expansion. The companies have a sense of environment and natural ecosystems through the environmental impact assessment report and a policy of using materials from sustainable sources. Besides, the majority of seafood companies have reasonable labor policies. However, the practice of corporate social responsibility in small scale companies have limitations; A few companies have not yet exchanged information with workers as well as there is wage inequality between seasonal and permanent workers.

Keywords: *Corporate social responsibility, company, fishery.*

Người phản biện: PGS.TS. Võ Thị Thanh Lộc

Ngày nhận bài: 11/01/2021

Ngày thông qua phản biện: 19/02/2021

Ngày duyệt đăng: 26/02/2021