

**BÀI TRAO ĐỔI**

**TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI CỦA CÔNG TY TNHH LONG SINH  
SOCIAL CORPORATE RESPONSIBILITY OF LONG SINH COMPANY LIMITED**

*Tô Thị Hiền Vinh<sup>1</sup>*

Ngày nhận bài: 15/5/2018; Ngày phản biện thông qua: 25/6/2018; Ngày duyệt đăng: 29/6/2018

**TÓM TẮT**

*Trách nhiệm xã hội là một phạm trù khá mới mẻ ở Việt Nam nhưng nó đang cho thấy tầm quan trọng vô cùng lớn đối với sự phát triển của doanh nghiệp và sức cạnh tranh của mỗi quốc gia. Các doanh nghiệp nâng cao ý thức về CSR và thực hiện CSR thì đòi hỏi phải có nhiều giải pháp đồng bộ, trong đó có sự phối hợp giữa Nhà nước, doanh nghiệp, các tổ chức hiệp hội và cả xã hội. Có như vậy, tình hình thực hiện CSR mới được cải thiện và phát huy tác dụng góp phần tạo chỗ đứng cho các doanh nghiệp Việt Nam ở thị trường trong nước và ở cả thị trường nước ngoài. Công ty TNHH Long Sinh chuyên sản xuất và kinh doanh các sản phẩm dùng cho ngành nuôi trồng thủy sản và nông nghiệp đã thực hiện tốt trách nhiệm xã hội luôn quan tâm chất lượng sản phẩm, đa dạng hóa sản phẩm đáp ứng nhu cầu xã hội, cũng như nâng cao đời sống của người lao động và công tác từ thiện.*

Từ khóa: Trách nhiệm xã hội, người lao động, người tiêu dùng, doanh nghiệp, xã hội.

**ABSTRACT**

*Social corporate responsibility (CSR) is a new construct in Vietnam but it is showing great importance for the development of business and the competitiveness of each country. It is necessary to have a solution, such as the coordination between the government, enterprises, associations and the whole society to raise the awareness of the enterprises on CSR and CSR implementation. Such solution can help to improve the situation of implementing new CSR and enhance the place of Vietnamese enterprises in the domestic and foreign markets. Long Sinh Company Limited specializes in producing and trading products used for aquaculture and agriculture. Moreover, the company has been well-respected due to the high quality of products and its diversified products aimed at meeting the needs of the society, as well as improving the living standard of workers and social corporate responsibility seen through charity.*

Keywords: Social corporate responsibility, worker, consumer, enterprise, society.

**1. Đặt vấn đề**

Hiện nay, các công ty chú ý tới việc củng cố hình ảnh, nâng cao uy tín, phát triển thương hiệu thông qua việc xây dựng văn hóa doanh nghiệp, đạo đức kinh doanh là một giải pháp đang được áp dụng và bước đầu đem lại hiệu quả tích cực. Các doanh nghiệp muốn khẳng định được thương hiệu trên thị trường thì điều mà họ hướng tới bây giờ là việc thực hiện tốt Trách nhiệm xã hội doanh nghiệp (CSR – Corporate Social Responsibility).

Trách nhiệm xã hội doanh nghiệp đang là xu thế lớn mạnh trên thế giới, trở thành một yêu cầu “mềm” đối với các doanh nghiệp trong

quá trình hội nhập, nhưng ở Việt Nam vấn đề này vẫn còn khá mới mẻ và chưa được các doanh nghiệp quan tâm đúng mức. Hàng loạt các vụ vi phạm quyền lợi người lao động, xâm phạm lợi ích người tiêu dùng... nghiêm trọng đã và đang khiến cộng đồng bức xúc và mất dần lòng tin vào các doanh nghiệp. Từ đó, các doanh nghiệp Việt Nam nhận thức sâu sắc hơn về lợi ích thực hiện Trách nhiệm xã hội mang lại cho các doanh nghiệp là cần thiết trong bối cảnh đất nước ta hiện nay.

Là một đơn vị hoạt động trong ngành thủy sản Công ty TNHH Long Sinh thực hiện trách nhiệm xã hội là hoạt động đa dạng và có nhiều phương thức, mục đích khác nhau. Luôn tạo

<sup>1</sup> Khoa Khoa học Xã hội và Nhân Văn, Trường Đại học Nha Trang

ra những sản phẩm mới cung ứng cho xã hội với chất lượng cao, quan tâm đến đời sống của người lao động cả về vật chất và tinh thần. Và luôn làm từ thiện trao học bổng cho các trường phổ thông cũng như trường ĐH Nha Trang.

## II. Cơ sở lý thuyết về trách nhiệm xã hội

### 1. Khái niệm về trách nhiệm xã hội

Thuật ngữ “Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp” mới chính thức xuất hiện cách đây hơn 50 năm, khi H.R Bowen công bố cuốn sách của mình với nhan đề “Trách nhiệm xã hội của doanh nhân” năm 1953 nhằm mục đích tuyên truyền và kêu gọi người quản lý tài sản không làm tổn hại đến các quyền và lợi ích của người khác, kêu gọi lòng từ thiện nhằm bồi hoàn những thiệt hại do các doanh nghiệp làm tổn hại cho xã hội.

Khái niệm của Ủy ban Kinh tế Thế giới về phát triển bền vững cho thấy rõ hơn bản chất của CSR: “CSR là sự cam kết của doanh nghiệp nhằm đóng góp cho 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 sự phát triển chung của xã hội” [6].

### 2. Lợi ích của doanh nghiệp trong việc thực hiện trách nhiệm xã hội

- *Thực hiện CSR góp phần giảm chi phí và tăng năng suất:*

Một doanh nghiệp có thể tiết kiệm được chi phí sản xuất nhờ đầu tư, lắp đặt các thiết bị mới. Chi phí sản xuất và năng suất lao động phụ thuộc chặt chẽ vào hệ thống quản lý nhân sự. Một hệ thống quản lý nhân sự hiệu quả cũng giúp doanh nghiệp cắt giảm chi phí và tăng năng suất lao động đáng kể [3].

- *CSR giúp tăng doanh thu:*

Mỗi doanh nghiệp đều đóng trên một địa bàn nhất định. Do đó, việc đầu tư hỗ trợ phát triển kinh tế địa phương có thể tạo ra nguồn lao động tốt hơn, nguồn cung ứng rẻ và đáng tin cậy hơn, nhờ đó tăng doanh thu [3]. Ví dụ Công Ty sữa TH: Để giải quyết vấn đề này, công ty đã thiết lập một chương trình tổng thể giúp nông dân tăng sản lượng sữa bò. Chương trình này bao gồm đào tạo nông dân cách chăn nuôi, cải

thiện cơ sở hạ tầng cơ bản và thành lập một ủy ban điều phối những nhà cung cấp địa phương [6]. Nhờ đó mà Công ty đã trở thành một trong những chi nhánh kinh doanh lãi nhất tập đoàn.

- *CSR góp phần nâng cao giá trị thương hiệu và uy tín của công ty:*

Giá trị thương hiệu và uy tín chính là những yếu tố đặc biệt quan trọng đối với bất kỳ một doanh nghiệp nào bởi vì những sản phẩm, dịch vụ mà khách hàng đặt mua chính là lời cam kết của nhà cung ứng. Uy tín tốt sẽ giúp doanh nghiệp hấp dẫn khách hàng, các đối tác, nhà đầu tư và người lao động [3]. Một doanh nghiệp thực hiện tốt các chính sách CSR sẽ để lại ấn tượng tốt trong lòng cộng đồng, xã hội;

- *Thực hiện CSR góp phần thu hút nguồn lao động giỏi:*

Nguồn lao động giỏi, có năng lực là yếu tố quyết định năng suất và chất lượng sản phẩm của doanh nghiệp. Ở các nước đang phát triển, số lượng lao động lớn nhưng đội ngũ lao động đạt chất lượng cao lại không nhiều. Do đó, việc thu hút, giữ chân được những người nhân viên giỏi là một thách thức đối với các doanh nghiệp [3].

### 3. Nội dung cốt lõi của CSR

#### 3.1. Phạm vi ảnh hưởng của CSR và đối tượng ảnh hưởng CSR

CSR là một lĩnh vực rộng lớn. Phạm vi ảnh hưởng của CSR không chỉ bó hẹp trong nội bộ doanh nghiệp mà nó ảnh hưởng đến nhiều thành phần khác nhau trong xã hội và được chia làm 03 khía cạnh chủ yếu sau:

+ Phạm vi nội bộ doanh nghiệp: CSR ảnh hưởng đến quan hệ trong và ngoài hợp đồng lao động. Sự thỏa mãn giữa hai bên trong quyền và lợi ích hợp pháp của nhau trong quan hệ lao động về việc làm, phúc lợi lao động, an toàn vệ sinh lao động [4].

+ Phạm vi hoạt động kinh doanh: CSR giải quyết các vấn đề trong giới hạn mối quan hệ của doanh nghiệp với đối tác và các đối tượng có liên quan trực tiếp đến hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp [4].

+ Phạm vi xã hội: CSR được đặt ra để giải quyết mối quan hệ với tập quán, văn hóa truyền thống, tôn giáo của từng quốc gia, cộng đồng

dân tộc. CSR xem xét các vấn đề về quyền bình đẳng, quyền lợi trong đời sống xã hội, vấn đề đảm bảo chữ tín trong kinh doanh [4].

### 3.2. Các yếu tố cấu thành TNXH:

#### • Yếu tố kinh tế:

Trong khi thực hiện các công việc này, các doanh nghiệp thực sự góp phần vào tăng thêm phúc lợi cho xã hội, đảm bảo sự tồn tại và phát triển của doanh nghiệp.[5]

- *Đối với xã hội:* Sản xuất hàng hóa và dịch vụ mà xã hội cần với giá cả hợp lý.

- *Đối với các nhà đầu tư:* Phát hiện nguồn tài nguyên mới, tìm kiếm nguồn cung ứng lao động, thúc đẩy tiến bộ công nghệ, phát triển sản phẩm mới, cách phân phối hàng hóa và dịch vụ tốt nhất cho xã hội.

- *Đối với người lao động:* Tạo việc làm với thù lao xứng đáng, cơ hội việc làm như nhau, cơ hội phát triển nghề và chuyên môn, an toàn và vệ sinh, đảm bảo quyền riêng tư ở nơi làm việc.

- *Đối với người tiêu dùng* trách nhiệm kinh tế của doanh nghiệp: cung cấp hàng hóa và dịch vụ: chất lượng, an toàn, giá hợp lý, thông tin về sản phẩm (quảng cáo), phân phối, bán hàng và dịch vụ hậu mãi.

• **Yếu tố pháp lý:** doanh nghiệp phải thực hiện đầy đủ quy định pháp lý đối với các bên hữu quan

Luật cạnh tranh có những nhiệm vụ cơ bản như sau: Khẳng định và bảo hộ quyền tự do kinh doanh của doanh nhân, Duy trì và ổn định trật tự cạnh tranh, Góp phần hình thành ý thức cạnh tranh lành mạnh, Góp phần khơi thông dòng chảy và điều tiết cạnh tranh [4].

**Bảo vệ người tiêu dùng:** Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng 2010 quy định “Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng là trách nhiệm chung của Nhà nước và toàn xã hội.” (khoản 1 Điều 4). Trên cơ sở đó, Luật này cũng quy định về chính sách của Nhà nước về bảo vệ người tiêu dùng. Theo đó, tổ chức xã hội thành lập theo quy định của pháp luật và hoạt động theo điều lệ được tham gia hoạt động bảo vệ người tiêu dùng [4].

- **Luật bảo vệ môi trường:** Luật này quy định về hoạt động bảo vệ môi trường; chính sách, biện pháp và nguồn lực để bảo vệ môi trường;

quyền và nghĩa vụ của tổ chức, hộ gia đình, cá nhân trong bảo vệ môi trường. Luật nghiêm cấm: Phá hoại, khai thác trái phép rừng, các nguồn tài nguyên thiên nhiên khác, Thải chất thải chưa được xử lý đạt tiêu chuẩn môi trường; các chất độc, chất phóng xạ và chất nguy hại khác vào đất, nguồn nước. Thải khói, bụi, khí có chất hoặc mùi độc hại vào không khí [4].

#### • Yếu tố đạo đức

Khía cạnh đạo đức liên quan tới những gì các công ty quyết định là đúng, công bằng vượt qua cả những yêu cầu pháp lý khắc nghiệt, nó chỉ những hành vi và hoạt động mà các thành viên của tổ chức cộng đồng và xã hội mong đợi từ doanh nghiệp dù không thành luật [5].

#### • Yếu tố nhân văn (từ thiện):

Khía cạnh nhân văn trong trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp Là những hành vi và hoạt động thể hiện những mong muốn đóng góp và hiến dâng cho cộng đồng và XH. Những đóng góp trên thể hiện trên bốn phương diện : Nâng cao chất lượng cuộc sống, san sẻ bớt gánh nặng chính phủ, nâng cao năng lực lãnh đạo chonhaan viên, phát triển nhân cách đạo đức cho người lao động [5].

Khía cạnh này liên quan đến những đóng góp về tài chính và nguồn nhân lực cho cộng đồng và xã hội lớn hơn để nâng cao chất lượng cuộc sống.

## II. Trách nhiệm xã hội của công ty Long Sinh.

### 1. Sự hình thành và phát triển của công ty Long Sinh.

Công ty TNHH Long Sinh được thành lập vào ngày 28/08/1997, chuyên sản xuất và kinh doanh các sản phẩm dùng cho ngành nuôi trồng thủy sản và nông nghiệp.

Trụ sở chính tại 37 Hoàng Văn Thụ – Nha Trang – Khánh Hòa, nhà máy tọa lạc tại Lô B5 KCN Suối Dầu – Cam Lâm – Khánh Hòa và hai chi nhánh tại Tp.Đà Nẵng và Long An.

Công ty TNHH Long Sinh thành lập vào tháng 8-1997 với vốn vey 10 người lao động và chỉ kinh doanh mặt hàng thức ăn cho tôm nhập khẩu từ Đài Loan. Sự nỗ lực không ngừng của người lao động cùng những chiến lược kinh doanh đúng đắn của Ban lãnh đạo công ty đã giúp thị trường của Long Sinh ngày càng được

mở rộng và quy mô sản xuất không ngừng phát triển. Năm 2007, công ty tiếp tục nâng vốn điều lệ lên 16 tỷ đồng và tăng số lao động lên 113 người. Đến năm 2012, công ty tiếp tục nâng vốn điều lệ lên 30 tỷ đồng và tăng lao động lên 124 người; ứng dụng kết quả nghiên cứu khoa học vào sản xuất kinh doanh nên trong năm 2012, công ty đã đạt mốc doanh thu hơn 115 tỷ đồng. Chính vì thế, năm 2016, chúng tôi quyết định tăng vốn điều lệ lên 40 tỷ đồng, tăng lao động lên 160 người; phát triển thêm các dòng sản phẩm dành cho sinh vật cảnh, gia súc, gia cầm. Nhờ đó, doanh thu đạt hơn 250 tỷ đồng, sản lượng bột cá xuất khẩu đạt hơn 4.000 tấn [1].

## 2. Trách nhiệm xã hội của Công ty TNHH Long Sinh.

### ❖ Trách nhiệm về kinh tế

- Các sản phẩm cung ứng cho xã hội: Hiện nay công ty đang sản xuất – kinh doanh các sản phẩm chủ lực như sau:

- Thuốc thú y thủy sản.
- Chế phẩm sinh học, chất bổ sung, và thức ăn chuyên dùng cho giống thủy sản.
- Phân bón lá sinh học cao cấp và phân bón gốc. Trong đó Chitosan là một bước tiến thành công của công ty trong việc ứng dụng Chitin thu từ phế phẩm thủy sản vào lĩnh vực phân bón.
- Dầu cá
- Bột cá
- Nhóm thức ăn cho chim cảnh và cá cảnh.

Đối với nhà đầu tư: Luôn tìm kiếm các nguồn nguyên liệu để tạo ra các sản phẩm mới thích ứng với sự phát triển kinh tế thị trường. Ông Vương Vĩnh Hiệp - Tổng Giám đốc Công ty TNHH Long Sinh cho biết: “Năm 2009, đối diện với khủng hoảng kinh tế, chúng tôi đã nhanh chóng áp dụng giải pháp tái cấu trúc doanh nghiệp để đưa con tàu Long Sinh vượt khó. Thời điểm ấy, chúng tôi quyết định đầu tư nâng cấp nhà máy, đồng thời, mở rộng thêm lĩnh vực sản xuất, kinh doanh bột cá, dầu cá chế biến từ phụ phẩm và phế phẩm thủy sản dùng làm nguyên liệu để sản xuất thức ăn thủy sản, chăn nuôi nhằm xuất khẩu sang thị trường Đài Loan, Hàn Quốc, Indonesia, Nhật Bản...”. Công ty thường xuyên sử dụng 80%

nguyên liệu khai thác tại chỗ mà hầu hết là phế phẩm của các cơ sở chế biến thủy sản như vỏ tôm, xương, da, đầu cá... [1].

Luôn ứng dụng tiến bộ khoa học kỹ thuật: Công ty luôn nghiên cứu, ứng dụng những công nghệ, trang thiết bị hiện đại và những thành tựu khoa học - kỹ thuật mới nhất vào sản xuất nhằm tạo ra những sản phẩm có chất lượng cao. Các sản phẩm được kiểm soát nghiêm ngặt từ khâu nguyên liệu, bao bì cho đến thành phẩm, vì vậy khi đưa ra thị trường luôn đảm bảo về chất lượng, thân thiện với môi trường.

Công ty đã ký hợp đồng nhận chuyển giao công nghệ sản xuất Chitosan từ Trường Đại học Nha Trang, phát triển thêm dòng sản phẩm phân bón lá sinh học với thành phần Chitosan và rong biển, sản phẩm phân bón lá hữu cơ từ thành phần amino acid có trong dịch cá. Đồng thời, xây dựng và áp dụng hệ thống quản lý chất lượng ISO 9001:2008 và an toàn sức khỏe NLD OHSAS 19001:2007. “Năm 2012, chúng tôi xây dựng thêm nhà máy tại tỉnh Long An để đảm bảo khâu sản xuất và trung chuyển hàng hóa đến khu vực Đồng bằng sông Cửu Long được thực hiện tốt nhất. Đó cũng là mốc son đánh dấu sự phát triển vượt bậc của công ty. Dưới sự giám sát và tư vấn thiết kế của đội ngũ chuyên gia giàu kinh nghiệm đến từ Trường Đại học Nha Trang và Hà Lan trong Chương Trình Hỗ trợ cạnh tranh Toàn Cầu GCF của Chính Phủ Đan Mạch [1]”. Sản phẩm phân bón lá LS-Chitosan Long Sinh với lợi thế cạnh tranh là nguồn nguyên liệu vỏ tôm tươi từ tại các nhà máy thủy sản lân cận và Chitosan được sản xuất ngay tại nhà máy Long Sinh qua một dây chuyền khép kín từ thô sơ đến hoàn thiện.

- Đối với người tiêu dùng: Cũng trong năm 2013 dây chuyền chiết xuất dầu cá, đạm cá cũng đưa vào hoạt động. Nâng cao hiệu quả sản xuất, tận thu triệt để các giá trị hữu ích từ nguồn phế phẩm thủy sản. Cung cấp cho thị trường nguồn nguyên liệu quý giá ứng dụng trong nhiều lĩnh vực như y tế, thực phẩm,... Hiện nay, công ty đã xây dựng nâng cấp hệ thống quản lý chất lượng ISO 9001:2015”. Công ty luôn làm hài lòng và có trách nhiệm với khách hàng bằng cách không ngừng đa dạng hóa sản phẩm và

dịch vụ, đảm bảo chất lượng, giá cả cạnh tranh, tôn trọng đạo đức kinh doanh và tuân theo luật định. Các sản phẩm của Long Sinh đã được khách hàng trong và ngoài nước ưa chuộng với hệ thống kênh phân phối trên 973 đại lý cấp 1 và 4.865 đại lý cấp 2 khắp cả nước [1].

- Đối với người lao động: Chăm lo đời sống người lao động.

Xác định nhân sự là chìa khóa thành công, Công ty TNHH Long Sinh luôn tạo ra môi trường và điều kiện làm việc tối ưu nhằm khuyến khích cán bộ công nhân viên cống hiến hết lòng cho công ty. Môi trường làm việc được xây dựng với tôn chỉ: Năng động - sáng tạo - thân thiện - đoàn kết - tôn trọng lẫn nhau. Công nhân được trang bị đầy đủ trang phục bảo hộ lao động, làm việc trong điều kiện an toàn về tính mạng, sức khỏe. Công nhân đi làm bằng xe máy được hỗ trợ tiền xăng xe và mua bảo hiểm xe máy hàng năm. “Công ty hết lòng sẻ chia với khó khăn của người lao động và xem Long Sinh như mái nhà thứ 2 của mình, để từ đó cùng nhau cống hiến hết mình vì một Long Sinh luôn trường tồn, vững mạnh”.

Hàng năm, công ty đều thực hiện tốt việc nâng lương cho người lao động. Đặc biệt, bên cạnh lương tháng, người lao động còn được hưởng chính sách lương tháng 13 và nhiều khoản tiền thưởng khác tương đương với hơn 2 tháng lương, thu nhập trung bình hiện nay của người lao động đạt hơn 9,5 triệu đồng/người/tháng. Hàng ngày, công nhân còn được công ty tổ chức suất ăn ca với mức hỗ trợ hơn 16.000 đồng/người. Định kỳ hàng năm, công ty tổ chức khám sức khỏe cho công nhân, từ đó sắp xếp việc làm phù hợp và hỗ trợ điều trị bệnh cho người lao động [1].

Không những vậy, công ty còn ký kết thỏa ước lao động tập thể với trên 20 nội dung có lợi cho người lao động. Hàng năm, công ty tổ chức và hỗ trợ 100% chi phí cho toàn thể người lao động đi du lịch trong nước; đối với cán bộ công nhân viên có thâm niên và thành tích tốt, công ty tổ chức du lịch nước ngoài định kỳ 2 năm một lần và tặng 100 USD/người để mua sắm [1]. Với những công nhân khó khăn, công ty thường xuyên tạo điều kiện giúp đỡ và chia

sẻ khó khăn về vật chất và tinh thần. Đặc biệt, lãnh đạo luôn phối hợp chặt chẽ với Công đoàn cơ sở công ty tổ chức hoạt động văn nghệ, vui chơi, giải trí lành mạnh nhằm thắt chặt tình đoàn kết tập thể người lao động.

Tổ chức những chuyến tham quan du lịch cho toàn thể cán bộ công nhân viên vào những dịp đặc biệt như: cuối năm, quốc tế lao động, hay những dịp Lễ lớn trong năm...Nhiều hoạt động vui chơi giải trí như: cuộc thi nấu ăn với chủ đề “Cả nhà cùng vui”, thi đấu bóng đá, hội thi cắm hoa, chương trình biểu diễn âm nhạc hay những buổi gala dinner đầy ý nghĩa [2].

#### ❖ Trách nhiệm pháp lý

Về bảo vệ môi trường: Công ty Long Sinh luôn quan tâm đến môi trường, đặc biệt là hệ thống xử lý nước thải, Công ty luôn xử lý nước xong mới đưa ra hệ thống thoát nước chung, nên trong quá trình kiểm tra của các sở ban ngành của tỉnh và các cấp, Công ty luôn được đánh giá là một trong những doanh nghiệp thực hiện tương đối tốt về xử lý nước thải cũng như vấn đề môi trường.

Về bảo vệ người tiêu dùng: Công ty luôn quan tâm đến người tiêu dùng, do sản phẩm của công ty là các sản phẩm chủ yếu phục vụ cho nuôi trồng thủy sản phải trải qua một thời gian mới kiểm nghiệm được, nhưng công ty luôn lắng nghe ý kiến phản hồi của khách hàng thông qua hệ thống đại lý cũng như những chủ nuôi thủy sản lớn, nếu có gì về chất lượng cũng như giá cả so với các công ty khác công ty lắng nghe và lập tức chấn chỉnh ngay. Vì vậy những sản phẩm đầu tiên đã được đưa ra thị trường và được bà con nông dân đón nhận bởi những chất lượng ưu việt của sản phẩm, nâng cao năng suất cây trồng

❖ Về yếu tố đạo đức: giá trị cốt lõi của công ty Long Sinh là: “Trở thành biểu tượng niềm tin hàng đầu cho bà con nông dân cả nước về sản phẩm trong lĩnh vực thủy sản và nông nghiệp” [2]. Long Sinh khao khát trở thành Thương hiệu được tin tưởng đầu tiên và ưu chuộng tại thị trường thủy sản, nông nghiệp Việt Nam. Vì công ty luôn quan tâm chất lượng là yếu tố tiên phong của Long Sinh. Khách hàng là trung tâm và là nguồn sống của Doanh nghiệp và Long

Sinh cam kết đáp ứng mọi nhu cầu của khách hàng và xã hội. Như vậy công ty Long Sinh luôn đề cao chất lượng để đáp ứng mọi yêu cầu của xã hội.

❖ *Về yếu tố nhân văn:* Bên cạnh đó, Công ty TNHH Long Sinh luôn quan tâm và chủ động tham gia các hoạt động xã hội như: tặng học bổng cho sinh viên nghèo hiếu học; mái ấm tình thương, tặng quà cho người nghèo và người kém may mắn; quyên góp cho đồng bào bị lũ lụt; hỗ trợ bữa cơm miễn phí tiếp sức mùa thi và phối hợp tổ chức chương trình “Chuyến xe xuân yêu thương” đưa sinh viên về quê ăn tết... Công ty TNHH Long Sinh phối hợp với Báo Khánh Hòa trao học bổng cho học sinh Trường Tiểu học Khánh Hòa Jeju[1]. Công ty luôn quan tâm đến công tác từ thiện chính vì lẽ đó công ty đã được nhiều tổ chức xã hội và cá nhân biết đến đặc biệt là trên địa bàn tỉnh Khánh Hòa.

### 3. Một số hạn chế và giải pháp

• *Tồn tại và hạn chế:* Mặc dù đã đạt được một số kết quả quan trọng bước đầu, tuy nhiên trong quá trình thực hiện các chuẩn mực của CSR của công ty Long Sinh vẫn còn một số hạn chế.

- *Lãnh đạo Công ty chưa chủ động nắm bắt xu hướng phát triển của CSR:* Việc chỉ đạo thực hiện các chuẩn mực CSR của lãnh đạo Công ty còn mang tính thụ động, thực hiện tuân theo các chuẩn mực đạo đức xã hội mang tính bản năng mà chưa xác định rõ việc phát triển CSR trở thành chiến lược dài hạn có tầm quan trọng rất lớn đối với sự phát triển của Công ty.

- *Hạn chế trong nhận thức về CSR của CBCNV Công ty:* CBCNV Công ty chủ yếu là lao động trực tiếp, trình độ nhận thức về các vấn đề xã hội còn nhiều hạn chế đặc biệt là trong lĩnh vực mới mẻ như CSR.

• *Nguyên nhân của hạn chế tách nhiệm xã hội của công ty Long Sinh*

**Thứ nhất,** hiểu biết của công ty về các vấn đề CSR còn mơ hồ và hạn chế. Công ty chưa nhận thức được tầm quan trọng và ý nghĩa của CSR đối với khách hàng, xã hội và chính bản thân công ty. Khi thực hiện tốt trách nhiệm xã hội sẽ nâng cao uy tín cũng như thương hiệu của công ty.

**Thứ hai,** Công đoàn của công ty là tổ chức có vai trò quan trọng trong việc hòa giải, ký kết thỏa ước lao động tập thể, là đại diện bảo vệ quyền lợi cho người lao động. Thế nhưng hiện tại, tổ chức công đoàn vẫn, chưa đáp ứng được nhu cầu thực tế.

• *Một số giải pháp:* Để nâng thức đẩy và nâng cao hiệu quả thực hiện CSR, Công ty Long Sinh phải tập trung vào các giải pháp sau:

- Nâng cao nhận thức, hiểu biết về CSR đối với Ban lãnh đạo, Cán bộ công nhân viên Công ty và của cộng đồng xã hội;

- Tuyên truyền thực hiện thực hiện trách nhiệm xã hội: tuyên truyền và quảng bá về các hoạt động CSR của Công ty là một trong những cách hữu hiệu để góp phần nâng cao nhận thức của cộng đồng về CSR. Qua đó, cộng đồng xã hội sẽ hiểu hơn những công việc mà công ty đang làm, góp phần nâng cao hình ảnh và uy tín của Công ty Long Sinh.

- Cần có chiến lược dài hạn trong việc xây dựng và hoàn thiện CSR trong nội bộ Công ty: Chiến lược dài hạn trong phát triển yếu tố lao động; Chiến lược dài hạn trong phát triển chất lượng sản phẩm, dịch vụ; Chiến lược dài hạn trong việc tham gia các hoạt động hỗ trợ cộng đồng, xã hội.

### III. Kết luận

Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp đòi hỏi được thực hiện ở mọi tổ chức kinh tế, tuy nhiên phạm vi và các nội dung CSR có thể được điều chỉnh phù hợp với đặc thù riêng của doanh nghiệp. Vì vậy nghiên cứu đề xuất năm nội dung CSR cốt lõi của nhóm doanh nghiệp này, bao gồm: trách nhiệm đối với người lao động; trách nhiệm đối với môi trường; trách nhiệm về pháp lý; trách nhiệm đối với cộng đồng. Công ty TNHH Long Sinh đã làm tốt trách nhiệm xã hội nên đã đạt những danh hiệu, giải thưởng Công ty TNHH Long Sinh đạt được: Hàng Việt Nam chất lượng cao do người tiêu dùng bình chọn năm: 2005, 2007, 2010; Sao Vàng Đất Việt năm 2005, 2008, 2010, 2013, 2015; “Top 50 sản phẩm vàng thời hội nhập” năm 2012; doanh nghiệp vì NLĐ năm 2016; tôn vinh doanh nghiệp văn hóa UNESCO; thương hiệu nổi tiếng quốc gia [1].

## **TÀI LIỆU THAM KHẢO**

1. Báo cáo của công ty TNHH Long Sinh: 20 năm không ngừng phát triển.
2. Báo cáo về phát triển văn hóa doanh nghiệp của Công ty TNHH Long Sinh
3. Nguyễn Đình Cung, Lưu Minh Đức (2008), “TNXHCDN: Một số vấn đề lý luận, kinh nghiệm quốc tế và thực tiễn tại Việt Nam”, tạp chí Quản lý kinh tế, số 4.
4. Nguyễn Đình Cung, Lưu Minh Đức (2008), “ Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp: Một số vấn đề lý luận và yêu cầu đổi mới trong quản lý nhà nước ở Việt Nam”, Tạp chí Quản lý kinh tế, số 23.
5. Nguyễn Mạnh Quân(2015): Giáo Trình Đạo Đức Kinh Doanh Và Văn Hóa Công ty - NXB Đại học kinh tế quốc dân
6. Phạm Văn Đức (2010), Trách nhiệm xã hội ở Việt Nam: Một số vấn đề lý luận và thực tiễn cấp bách, Tạp chí Triết học, số 2.