

Lập quỹ trách nhiệm xã hội, nên chăng?

ANH THU

Có nhiều cách hiểu về trách nhiệm xã hội (CSR) của một doanh nghiệp. Định nghĩa một cách đầy đủ nhất, theo Ủy ban Thương mại quốc tế về phát triển bền vững (WBCSD) thì trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp là sự cam kết liên tục của doanh nghiệp thông qua hoạt động kinh doanh bằng cách cư xử có đạo đức và đóng góp vào sự phát triển kinh tế trong khi cải thiện chất lượng cuộc sống của lực lượng lao động và gia đình họ cũng như cộng đồng địa phương và toàn xã hội nói chung ⁽¹⁾.

Thông qua cách hiểu trên, có thể thấy doanh nghiệp/cá nhân kinh doanh không chỉ đơn thuần là một tổ chức thu lợi nhuận mà còn cần phải trở thành một phần của cộng đồng. Họ không chỉ thúc đẩy lợi ích của các cổ đông mà còn hướng tới lợi ích của các bên hữu quan.

Tại Việt Nam, có thể nói tuy khái niệm trách nhiệm xã hội đã được nhắc tới trong những năm gần đây và không còn xa lạ với nhà quản lý nhưng các nghiên cứu chuyên sâu về lĩnh vực này vẫn chưa nhiều, đặc biệt thiếu và yếu là khung pháp lý định hình hoạt động trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp. Nhiều doanh nghiệp, đặc biệt là các doanh nghiệp lớn, tập đoàn quốc tế, cũng như các cá nhân có ảnh hưởng trong xã hội hoặc sở hữu khối tài sản lớn đang tự đứng ra tổ chức nhiều chương trình CSR dưới hình thức từ thiện, với mục đích chủ yếu là tiếp thị quảng bá thương hiệu, kể đến là tạo quan hệ tốt với chính quyền và cộng đồng dân cư nơi doanh nghiệp thành lập và hoạt động. Hoạt động này đôi khi mang tính tự phát, rời rạc và chưa

được quản lý, nhiều trường hợp còn nảy sinh mâu thuẫn với quy định pháp luật.

Trên thực tế không phải tất cả hoạt động từ thiện đều có động cơ trong sáng. Có những lúc, những nơi, cá nhân hay tổ chức lợi dụng hoạt động từ thiện với mục đích vụ lợi, hoặc xâm hại lợi ích an toàn xã hội. Điều này cần đến vai trò trách nhiệm quản lý xã hội của nhà nước bằng luật pháp để kiểm soát, ngăn chặn bởi hoạt động từ thiện không phải là không gian vô hạn.

ĐỂ DOANH NGHIỆP TỰ NGUYỆN LÀM CSR

Có ý kiến cho rằng để không phải kêu gọi, vận động doanh nghiệp làm từ thiện, nhà nước cần thể chế hóa một tỷ lệ phần trăm lợi nhuận trước thuế đóng góp thành quỹ trách nhiệm xã hội. Chủ thể đóng góp là doanh nghiệp, chủ thể thụ hưởng có kiểm soát công khai minh bạch trong thực hiện là những tổ chức hội đoàn (ngành đoàn) mà doanh nghiệp là thành viên, hoặc có mối quan hệ tương tác... Mối quan hệ này góp phần tăng thêm nguồn lực, góp phần cải thiện chất lượng cuộc sống cộng đồng xã hội, khắc phục tình trạng kêu gọi hảo tâm, xin tài trợ ⁽²⁾.

Báo cáo “Đánh giá nhanh môi trường pháp lý và chính sách liên quan đến từ thiện doanh nghiệp và



Trên thực tế không phải tất cả hoạt động từ thiện đều có động cơ trong sáng.

hợp tác với khu vực xã hội dân sự” do Quỹ Châu Á thực hiện năm 2015 cho thấy, về cơ bản hành lang pháp lý để khuyến khích các doanh nghiệp làm từ thiện tương đối đầy đủ, nhưng khi áp dụng thực tế lại không dễ vì các quy định nằm rải rác ở nhiều văn bản khác nhau; các văn bản pháp lý rất phức tạp sau nhiều lần sửa đổi bổ sung; các thủ tục để được miễn giảm thuế rườm rà, mất thời gian và gây tâm lý e ngại cho doanh nghiệp; kiến thức về luật pháp liên quan của doanh nghiệp còn hạn chế; việc phổ biến các quy định pháp luật này còn yếu kém... Báo cáo khuyến nghị nhiều vấn đề, đặc biệt

trong đó cần sự hợp tác từ các bên, nâng cao tính minh bạch của các quỹ xã hội.

KINH NGHIỆM CÁC NƯỚC

Điểm lại một số hoạt động quản lý trách nhiệm xã hội trên thế giới, có thể thấy nhiều quốc gia như Hà Lan, Thụy Điển có cơ chế quản lý trách nhiệm xã hội rất tốt, với bộ quy tắc hướng dẫn riêng về trách nhiệm xã hội mà doanh nghiệp đăng ký thực hiện theo, thỏa mãn các điều kiện về môi trường, đóng góp cho nền kinh tế, cho xã hội có thể được hưởng một số ưu đãi (Hà Lan) hoặc nhiều thể chế chính sách hỗ trợ hiệu quả về mặt môi trường, nghiên cứu, kỹ thuật, ngoại giao (Thụy Điển).

Tại các quốc gia đang phát triển, một số quốc gia như Nepal, Bangladesh, Ấn Độ, Mauritius, Seychelles đã bắt đầu thực hiện nhiều nghiên cứu về trách nhiệm xã hội, với mục đích lập quỹ trách nhiệm xã hội (CSR fund) hoặc đánh thuế trách nhiệm xã hội (CSR tax).

Nepal có dự thảo Luật Doanh nghiệp công nghiệp, tại mục 48 quy định doanh nghiệp cần dành 1% tổng lợi nhuận mỗi năm cho CSR và khoản tiền này chỉ được sử dụng trong một số lĩnh vực mà chính phủ cho phép. Hay Seychelles ban hành luật quy định về thuế CSR theo đó các doanh nghiệp có doanh thu trên 1 triệu SR (khoảng 73.000 đô la Mỹ) và thỏa mãn một số điều kiện nhất định sẽ được yêu cầu đóng một khoản thuế 0,5% trên doanh thu sau VAT.

Mauritius là quốc gia có nền kinh tế

chuyên về dịch vụ với sản phẩm cao cấp như du lịch và sản xuất rượu. Quốc gia này yêu cầu mỗi năm các công ty phải thành lập quỹ CSR tương đương 2% thu nhập năm trước. Khoảng 50-75% số tiền của quỹ này sẽ được chuyển đến Ban Ngân khố quốc gia (MRA) để chi cho các lĩnh vực như y tế, hỗ trợ giáo dục cho các gia đình theo danh sách của chính phủ, bảo vệ gia đình, nạn nhân bạo lực gia đình, hỗ trợ nghèo đói, hỗ trợ nhà ở xã hội, hỗ trợ người bệnh nặng. Chính phủ Mauritius cấm sử dụng tiền CSR để chi cho các hoạt động phân biệt thành phần xã hội, vụ lợi, chống chính phủ, đi ngược lợi ích quốc gia, trật tự công cộng, các hoạt động liên quan đến tôn giáo, chính trị, công đoàn, tự tài trợ, phúc lợi nhân viên và hoạt động marketing⁽³⁾.

Nhận xét chung về các hoạt động quản lý và định hướng CSR trên thế giới, có thể nhận thấy có ba hướng nổi bật: (i) Thành lập bộ quy tắc hướng dẫn và chính phủ tài trợ hoạt động trách nhiệm xã hội doanh nghiệp bằng nhiều hình thức (thường gặp tại các quốc gia phát triển); (ii) Quy định thuế trách nhiệm xã hội; (iii) Quy định quỹ trách nhiệm xã hội.

VÀ ĐỀ XUẤT CHO VIỆT NAM

Tại Việt Nam, việc đánh thuế trách nhiệm xã hội hoặc giảm thuế cho hoạt động trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp đều không phù hợp với tình hình đặc điểm phát triển kinh tế của đất nước cũng như điều kiện ngân sách. Đặc biệt, nguồn vốn xã hội còn

thấp. Do đó việc hình thành một quỹ trách nhiệm xã hội sẽ phù hợp hơn.

Quỹ trách nhiệm xã hội có thể theo hướng bắt buộc đối với doanh nghiệp/cá nhân kinh doanh có lợi nhuận cao trên một con số nhất định, hoặc có vị trí gần như thống lĩnh thị trường (thị phần, kỹ thuật) trong ngành, lĩnh vực mà doanh nghiệp/cá nhân kinh doanh đó kinh doanh. Quỹ cũng theo hướng mở đối với các doanh nghiệp khác, chấp nhận lập quỹ đối với các doanh nghiệp có mong muốn làm hoạt động từ thiện và tỷ lệ trích lợi nhuận lập quỹ có thể do doanh nghiệp tự chọn.

Khi lập quỹ cũng cần nghiên cứu thêm phạm vi, đối tượng, chủ thể quản lý quỹ.

Nguồn tài chính của quỹ có thể được sử dụng cho các mục đích xã hội, như xây dựng và phổ biến luật pháp, các hoạt động nhân đạo, nhà tình thương, công tác cứu trợ xã hội, công tác bảo trợ phụ nữ và trẻ em, hoạt động chăm sóc y tế công cộng, trợ giúp những người bệnh nặng, đặc biệt còn có thể trích một tỷ lệ phần trăm nào đó từ quỹ để bổ sung cho các quỹ phát triển khoa học công nghệ (khi doanh nghiệp yêu cầu).

Một điều cần lưu ý là các hoạt động từ thiện có liên quan đến tôn giáo tại Việt Nam khá phổ biến. Việc cấm các hoạt động từ thiện có liên quan đến tôn giáo đối với doanh nghiệp cũng như cá nhân trong xã hội rất có thể sẽ gây nên bất bình với đại đa số. Do đó, hoạt động từ thiện có liên quan đến tôn giáo cần được nghiên cứu sâu hơn khi nghiên cứu công tác từ thiện gắn với trách nhiệm xã hội doanh nghiệp.■

Trách nhiệm xã hội (CSR) của một doanh nghiệp có thể được khái quát thành bốn nhóm là trách nhiệm từ thiện, trách nhiệm đạo đức, trách nhiệm luật pháp và trách nhiệm kinh tế. Và CSR cũng được định nghĩa là một cơ chế, trong đó các doanh nghiệp gánh vác các trách nhiệm kinh tế, pháp luật, đạo đức và các trách nhiệm khác mà các bên liên quan đã áp đặt lên các hoạt động của doanh nghiệp⁽¹⁾.

⁽¹⁾ Nguyễn Hồng Hà và Nguyễn Thị Tuyết Mai (2013), Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp và cảm nhận của khách hàng - nghiên cứu định tính trong ngành thức ăn chăn nuôi tại miền Bắc Việt Nam, tạp chí *Kinh tế & Phát triển* số 195 tháng 9-2013.

⁽¹⁾ Nguyễn Văn Thắng (2013), Trách nhiệm xã hội của các doanh nghiệp Việt Nam theo khung tham chiếu của Hiệp ước Toàn cầu (Global Compact), tạp chí *Kinh tế & Phát triển* số 195 tháng 9-2013

⁽²⁾ <http://tonghoixaydungvn.vn/tabid/169/catid/382/item/6918/hoat-dong-tu-thien-tai-tro---co-phai-la-trach-nhiem-xa-hoi-cua-doanh-nghiep.aspx>

⁽³⁾ <http://taxsummaries.pwc.com/ID/Mauritius-Corporate-Taxes-on-corporate-income>