Tạp chí Khoa học ĐHQGHN: Kinh tế và Kinh doanh, Tập 30, Số 3 (2014) 46-53

TRAO ĐỔI

Báo cáo kế toán trách nhiệm xã hội Thực tiễn áp dụng tại các doanh nghiệp châu Âu

Nguyễn Thị Hương Liên*

Trường Đại học Kinh tế, Đại học Quốc gia Hà Nội,
144 Xuân Thủy, Cầu Giấy, Hà Nội, Việt Nam

Nhận ngày 18 tháng 8 năm 2014
Chỉnh sửa ngày 12 tháng 9 năm 2014; chấp nhận đăng ngày 02 tháng 10 năm 2014

Tóm tắt: Kế toán trách nhiệm xã hội hiện được nhiều doanh nghiệp trên thế giới áp dụng và trở thành hướng nghiên cứu được nhiều học giả trong và ngoài nước quan tâm. Tuy nhiên, các nghiên cứu về kế toán trách nhiệm xã hội và thông lệ quốc tế về lập báo cáo kế toán trách nhiệm xã hội ở Việt Nam còn rất hạn chế, vì đây được coi là một chủ đề nghiên cứu mới đối với các học giả trong nước. Trên cơ sở tổng thuật tài liệu nước ngoài và nghiên cứu kinh nghiệm của các doanh nghiệp châu Âu về lập báo cáo kế toán trách nhiệm xã hội, bài viết tổng hợp quan điểm chung nhất về kế toán trách nhiệm xã hội, lý giải tại sao cần kế toán trách nhiệm xã hội và tìm hiểu thông lệ quốc tế về lập báo cáo kế toán trách nhiệm xã hội.

Từ khóa: Kế toán trách nhiệm xã hội, kế toán xã hội và môi trường, báo cáo kế toán trách nhiệm xã hội, các bên liên quan, công bố thông tin phi tài chính.

1. Giới thiệu

Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp hiện là mối quan tâm hàng đầu của nhiều doanh nghiệp trên thế giới, trong đó, các nhà quản trị quan tâm đến tác động xã hội và môi trường của hoạt động kinh doanh, bởi vì doanh nghiệp muốn phát triển bền vững cần giải quyết các vấn đề ảnh hưởng đến cộng đồng và từ đó tạo ra giá trị cho các cổ đông [1]. Với vai trò là một công cụ quản lý hữu hiệu, kế toán cần phản ánh trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp và cung cấp báo cáo kế toán trách nhiệm xã hội cho các bên liên quan. Trên thế giới, nhiều doanh nghiệp lớn và các tập đoàn đa quốc gia đã lập và công bố báo cáo kế toán trách nhiệm xã hội, tuy nhiên, báo cáo này chưa được quan tâm nhiều tại các quốc gia đang phát triển, trong đó có Việt Nam. Các công trình nghiên cứu về kế toán trách nhiệm xã hội ở Việt Nam còn rất hạn chế, chính vì vậy, nghiên cứu này được thực hiện nhằm tìm hiểu thông lệ quốc tế về lập báo cáo kế toán trách nhiệm xã hội trên cơ sở nghiên cứu kinh nghiệm của các doanh nghiệp châu Âu.

2. Tổng quan về kế toán trách nhiệm xã hội

Kế toán trách nhiệm xã hội (social responsibility accounting - SRA) được định

* ĐT: 84-988797510
Email: liennth@vnu.edu.vn

nghĩa trong "Sách xanh" của Vương quốc Anh năm 1977 là báo cáo về các khoản mục riêng lẻ liên quan đến chống ô nhiễm, biện pháp an toàn và bảo vệ sức khỏe, phần lớn được thực hiện trên cơ sở phi thể thức [2]. Một cách tổng quát, SRA được coi là một công cụ quản trị hỗ trợ việc thiết lập các mục tiêu xã hội của tổ chức bằng cách xem xét đầy đủ các nhu cầu của doanh nghiệp và kỳ vọng của công chúng [3].

Sự thay đổi trong cách tiếp cận từ Lý thuyết cổ đông (Shareholders Theory) sang Lý thuyết các bên liên quan (Stakeholders Theory) đã thúc đẩy sự phát triển của SRA, chú trọng đến các thông tin phi tài chính, có ảnh hưởng đến nhiều đối tượng liên quan, bao gồm người lao động, nhà quản trị, chủ sở hữu, khách hàng, nhà cung cấp, nhà tài trợ, cộng đồng, cơ quan chính phủ, tổ chức chính trị và hiệp hội thương mại [4]. Một số nghiên cứu khác chỉ ra điểm tương đồng giữa các loại kế toán bao gồm kế toán bền vững (sustainable accounting) và kế toán xã hội và môi trường (social and environmental accounting). Phạm vi của SRA bao gồm cả kế toán tài chính và kế toán quản trị, trong đó nhấn mạnh tác động của thông tin phi tài chính đến các yếu tố xã hội, môi trường và kinh tế [5].

Theo nghiên cứu của Sadeghzadeh, Akbar (1995) về SRA và kế toán bền vững, các doanh nghiệp cần một hệ thống đo lường và báo cáo SRA đầy đủ xuất phát từ các nguyên nhân bên trong và bên ngoài doanh nghiệp sau đây [1]:

Nguyên nhân bên trong:

- Cung cấp thông tin cho nhà quản trị về hoạt động xã hội của doanh nghiệp, bao gồm cả tác động xã hội và tính hữu hiệu của các chương trình xã hội cụ thể. Trên cơ sở đó, nhà quản trị doanh nghiệp ra các quyết định nội bộ về hoạt động xã hội và phân bổ các nguồn lực để ưu tiên thực hiện hoạt động xã hội đó.

- Giúp hợp nhất hoạt động xã hội với hoạt động tài chính thông qua chức năng của hệ thống kế toán quản trị. Nhằm theo đuổi chiến lược phát triển bền vững của doanh nghiệp, các thông tin phi tài chính liên quan đến hoạt động xã hội của doanh nghiệp cũng được coi là bộ phận thiết yếu cần được hợp nhất trong báo cáo của doanh nghiệp cùng với các thông tin tài chính.

- Cung cấp thông tin phản hồi về tính hữu hiệu của việc hoạch định chính sách xã hội thông qua việc xác định các vấn đề chính trị - xã hội cần ưu tiên và có biện pháp ứng phó với các vấn đề này.

Nguyên nhân bên ngoài:

- Có thể đáp ứng nhu cầu thông tin đa dạng của nhiều đối tượng khác nhau về hoạt động xã hội của doanh nghiệp. Nhà đầu tư, khách hàng, cổ đông và các bên liên quan khác không chỉ quan tâm tới kết quả tài chính của doanh nghiệp mà còn quan tâm tới các hoạt động xã hội và hoạt động bảo vệ môi trường của doanh nghiệp.

- Chuẩn bị cho "kiểm toán xã hội" được tiến hành bởi các nhà lập pháp, các tổ chức vì lợi ích cộng đồng. Kiểm toán xã hội là việc kiểm soát, đánh giá và đo lường hoạt động xã hội của doanh nghiệp nhằm giúp doanh nghiệp cải thiện các chương trình xã hội, mang lại lợi ích cho các bên liên quan.

- Cải thiện hình ảnh toàn diện của doanh nghiệp trước công chúng. Ngoài kết quả kinh doanh khả quan, việc thực hiện trách nhiệm xã hội và môi trường giúp hình ảnh doanh nghiệp tiến gần hơn đến cộng đồng, thúc đẩy người tiêu dùng tiêu thụ sản phẩm của doanh nghiệp.

Tóm lại, các công trình nghiên cứu nói trên đều thể hiện quan điểm chung nhất về SRA như sau:

- Nội dung của SRA là lượng hóa thông tin về kinh tế, xã hội và môi trường của doanh nghiệp.

- Thông tin SRA phục vụ cho cả đối tượng sử dụng thông tin bên trong và bên ngoài doanh nghiệp.

- SRA có thể được sử dụng trong cả kế toán tài chính và kế toán quản trị, đáp ứng nhu cầu của các đối tượng sử dụng thông tin.

3. Phương pháp nghiên cứu

Báo cáo SRA có thể được lập ở cấp độ quốc gia, trong đó, việc ghi nhận và đo lường thông tin về trách nhiệm xã hội gắn liền với sự phát triển bền vững của mỗi quốc gia trong từng thời kỳ. Nghiên cứu này tiếp cận việc xây dựng hệ thống báo cáo SRA ở cấp độ doanh nghiệp. Trên cơ sở tổng thuật tài liệu nước ngoài về SRA, nghiên cứu tổng hợp các quan điểm khác nhau về SRA, lý giải tại sao các doanh nghiệp cần đo lường và báo cáo trách nhiệm xã hội, từ đó tìm ra quan điểm chung nhất về kế toán trách nhiệm xã hội.

Trên cơ sở quan điểm chung về SRA, tác giả nghiên cứu kinh nghiệm của các doanh nghiệp châu Âu trong việc lập và công bố báo cáo SRA nhằm tìm hiểu thông lệ xây dựng hệ thống báo cáo SRA tại các quốc gia phát triển. Việc lựa chọn các doanh nghiệp châu Âu xuất phát từ lý do bên cạnh Mỹ, châu Âu được đánh giá là có thông lệ tốt nhất về việc thực hiện báo cáo SRA và các doanh nghiệp châu Âu được đánh giá là có tính đồng nhất cao trong cách thức lập báo cáo này. Qua nghiên cứu bài học kinh nghiệm của các doanh nghiệp châu Âu, nghiên cứu gợi mở một số hàm ý đối với các quốc gia đang phát triển về việc tiếp cận báo cáo SRA.

4. Thực tiễn áp dụng báo cáo SRA của các doanh nghiệp châu Âu

Nghiên cứu của Perrini, F. (2005) khảo sát về SRA tại các doanh nghiệp châu Âu, cho thấy trong 90 doanh nghiệp niêm yết có quy mô vừa và lớn được lựa chọn (gọi tắt là các doanh nghiệp được khảo sát), 25% số doanh nghiệp thuộc lĩnh vực tài chính, 20% thuộc lĩnh vực hàng tiêu dùng, 24% thuộc lĩnh vực dịch vụ, 10% thuộc ngành công nghiệp cơ bản và 21% thuộc các lĩnh vực khác. Các doanh nghiệp được khảo sát đều lập báo cáo SRA theo cách tiếp cận các bên liên quan bao gồm các chủ đề được tổng hợp trong Bảng 1.

Nội dung báo cáo SRA theo cách tiếp cận các bên liên quan của 90 doanh nghiệp được khảo sát sẽ lần lượt được phân tích theo các chủ đề chính được 8 bên liên quan quan tâm, bao gồm nguồn nhân lực, cổ đông, khách hàng, nhà cung cấp, đối tác tài chính, cơ quan công quyền, cộng đồng và môi trường.

Nguồn nhân lực

Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp trước hết thể hiện ở việc xem xét các vấn đề xã hội và môi trường trong mối quan hệ với các đối tượng chịu ảnh hưởng trực tiếp bởi các hoạt động của doanh nghiệp, đó là nguồn nhân lực. Nhằm làm tăng sức hấp dẫn của doanh nghiệp, các doanh nghiệp châu Âu (76% số doanh nghiệp được khảo sát) thường báo cáo về việc áp dụng các sáng kiến cải thiện chất lượng môi trường làm việc trên cơ sở điều tra kỹ lưỡng điều kiện làm việc cũng như phương pháp bảo vệ sức khỏe và an toàn của người lao động [6]. Bên cạnh đó, truyền thông nội bộ cung cấp thông tin về chiến lược, mục tiêu và kết quả kinh doanh của doanh nghiệp cho người lao động cũng là một nội dung được nhiều doanh nghiệp báo cáo.

Các doanh nghiệp được khảo sát đều có sự đồng thuận cao về việc báo cáo các chỉ số liên quan đến quyền lợi người lao động. Việc thuyết minh các chính sách bảo vệ quyền lợi và các lợi ích mang lại cho người lao động (xây dựng câu lạc bộ xã hội, nhà trẻ, tư vấn thuế và nhà ở cho nhân viên) giúp cải thiện hình ảnh của doanh nghiệp và tăng sức hấp dẫn của doanh nghiệp trên toàn cầu. Ngoài ra, nhiều doanh nghiệp được khảo sát (44,7%) còn báo cáo về các dự án đào tạo và chính sách nhân sự xuất phát từ nhận thức chung cho rằng đầu tư vào nguồn nhân lực giúp tạo dựng danh tiếng cho doanh nghiệp và tăng cường khả năng tạo ra giá trị của doanh nghiệp [6]. Đặc biệt, báo cáo SRA của các doanh nghiệp được khảo sát thường mô tả xu hướng biến động nguồn nhân lực, giải thích rõ lý do tại sao doanh nghiệp cần phải cắt giảm nhân sự kèm thuyết minh rủi ro mất việc làm của người lao động.

Bảng 1: Các chủ đề báo cáo SRA theo cách tiếp cận các bên liên quan

	Cách tiếp cận các bên liên quan							
Các chủ đề báo cáo SRA	**Nguồn nhân lực**	**Cổ đông**	**Khách hàng**	**Nhà cung cấp**	**Đối tác tài chính**	**Cơ quan công quyền**	**Cộng đồng**	**Môi trường**
	Thành phần nhân sự	Hình thành vốn cổ phần	Đặc điểm chung	Chính sách quản trị nhà cung cấp	Quan hệ với ngân hàng	Thuế, phí	Đóng góp cho cộng đồng	Tiêu thụ năng lượng
	Biến động nhân sự	Chi trả cho cổ đông	Phát triển thị trường	Điều khoản hợp đồng	Quan hệ với công ty bảo hiểm	Quan hệ với chính quyền địa phương	Quyên góp trực tiếp	Nguyên vật liệu
	Đối xử bình đẳng	Xếp loại hoạt động	Sự hài lòng của khách hàng		Quan hệ với tổ chức tài chính khác	Quy tắc đạo đức và tuân thủ pháp luật	Sự tham gia của các bên liên quan	Phát thải
	Đào tạo	Quản trị doanh nghiệp	Đặc tính sản phẩm, nhãn hiệu			Đóng góp và lợi ích mang lại	Quan hệ với truyền thông	Chiến lược môi trường và liên quan đến cộng đồng
	Số giờ lao động	Lợi ích và dịch vụ	Sản phẩm tuân thủ đạo đức và môi trường				Phòng chống tham nhũng	
	Chính sách tiền lương	Quan hệ với nhà đầu tư	Chính sách quảng cáo					
	Nghỉ làm		Tính bảo mật					
	Lợi ích nhân viên							
	Quan hệ trong ngành							
	Truyền thông nội bộ							
	Sức khỏe và an toàn							
	Sự hài lòng của nhân viên							
	Quyền của người lao động							
	Tranh chấp/vi phạm pháp luật							

Nguồn: Perrini, F., 2005.

Một chủ đề ít được quan tâm trong báo cáo SRA của các doanh nghiệp được khảo sát là quan hệ trong ngành (chỉ chiếm 32,7%), bao gồm quyền tổ chức và thực hiện thỏa ước lao động tập thể, tỷ lệ phần trăm thành viên ban chấp hành công đoàn/tổng số nhân viên, số giờ thực hiện đình công. Chính sách tiền lương, tỷ lệ nghỉ làm và các tranh chấp/vi phạm kỷ luật cũng là chủ đề không được nhiều doanh nghiệp quan tâm, chỉ tương ứng 22,7%, 19% và 12% số doanh nghiệp được khảo sát báo cáo, do vậy, các bên liên quan khó đo lường và đánh giá môi trường văn hóa làm việc tại doanh nghiệp [6].

Cổ đông

Báo cáo SRA của các doanh nghiệp không đề cập nhiều về mối quan hệ của doanh nghiệp với cổ đông, không phải vì lý do chủ đề này không quan trọng với các bên liên quan, mà vì mối quan hệ này thường được trình bày trong một báo cáo riêng về quản trị doanh nghiệp hoặc trên website của doanh nghiệp. Một số doanh nghiệp được khảo sát còn báo cáo chi tiết về mối tương quan giữa thù lao ban điều hành với hiệu quả hoạt động, giữa quy trình thực hiện chức năng của ban điều hành với cơ cấu quản trị doanh nghiệp, giữa thành phần hội đồng quản trị với năng lực chuyên môn... Các nội dung báo cáo này thể hiện nỗ lực tăng cường tính minh bạch và đối thoại với cổ đông và các nhà tài trợ của doanh nghiệp.

Chủ đề báo cáo về quan hệ với nhà đầu tư đạt tỷ lệ cao trong các doanh nghiệp được khảo sát, bao gồm các nội dung liên quan từ trình diễn sự kiện đến các cuộc họp cá nhân hoặc tập thể, thể hiện sự cởi mở của doanh nghiệp với sự tham gia của đông đảo nhà đầu tư. Các nội dung khác được trình bày trong báo cáo SRA bao gồm tiền chi trả cho các cổ đông, các đối tác cũng như sự biến động giá cổ phiếu. Các chỉ tiêu này được đo lường và đánh giá qua nhiều năm, giúp các bên liên quan có sự hiểu biết đầy đủ về hiện trạng của doanh nghiệp cũng như khả năng làm gia tăng giá trị tài sản cho các cổ đông.

Khách hàng

Nội dung của báo cáo SRA về mối quan hệ giữa doanh nghiệp và khách hàng tập trung vào 3 chủ đề chính: chính sách quảng cáo, đặc tính sản phẩm/dịch vụ liên quan đến đạo đức và môi trường và tạo nhãn hiệu sản phẩm. Trước hết, việc cung cấp kênh truyền thông phổ biến của doanh nghiệp và thông tin về chính sách quảng cáo giúp khách hàng tiến gần hơn đến doanh nghiệp, mặt khác giúp doanh nghiệp củng cố hình ảnh và đặc điểm của sản phẩm và dịch vụ gắn liền với xã hội - môi trường. Bên cạnh đó, thông tin về sản phẩm/dịch vụ, nhãn hiệu sản phẩm gắn liền với đạo đức và môi trường được công bố trên báo cáo SRA nhằm đánh giá cam kết của doanh nghiệp về việc tạo ra các sản phẩm/dịch vụ bảo vệ người tiêu dùng, đảm bảo công bố thông tin minh bạch về chất lượng, tác động môi trường và an toàn sản phẩm. Việc công bố các thông tin phi tài chính này thể hiện nỗ lực tăng cường tính chịu trách nhiệm của doanh nghiệp, đồng thời thu hút được sự chú ý của người tiêu dùng. Ngoài ra, các nội dung về phát triển thị trường và các sáng kiến làm tăng sự hài lòng và trung thành của khách hàng cũng được nhiều doanh nghiệp công bố trong báo cáo SRA, với tỷ lệ tương ứng là 39% và 32,5% [6].

Nhà cung cấp

Một doanh nghiệp có trách nhiệm là doanh nghiệp có thể thiết lập được mối quan hệ tốt với tổng thể môi trường mà doanh nghiệp đang hoạt động, trong đó bao gồm chuỗi cung ứng. Chủ đề liên quan được nhiều doanh nghiệp báo cáo là quản trị nhà cung cấp, bởi vì các doanh nghiệp đều nhận thức được rằng họ đang hoạt động trong một môi trường năng động mà trong đó nhà cung cấp được coi là "phần mở rộng" của doanh nghiệp. Tuy nhiên, nội dung về mua hàng lại được ít doanh nghiệp trình bày trên báo cáo SRA. Khó có thể lý giải điều này vì thông thường các doanh nghiệp đều muốn công khai rõ rằng họ không có bất kỳ chính sách nào thiên vị nhà cung cấp, vì vậy làm tăng niềm tin của các bên liên quan về việc doanh nghiệp đang hoạt động công bằng và không thiên vị.

Đối tác tài chính

Các doanh nghiệp được khảo sát hiếm khi cung cấp thông tin về đối tác tài chính trên báo cáo SRA, bao gồm thông tin về ngân hàng, công ty bảo hiểm và các đối tác tài chính khác

(công ty cho thuê tài chính) mặc dù trong thực tế, doanh nghiệp có thể sử dụng các thông tin đó cho mục đích liên quan đến quản trị rủi ro doanh nghiệp. Ví dụ, doanh nghiệp có thể xem xét mối tương quan giữa số lượng/chất lượng công bố thông tin tài chính của doanh nghiệp với chi phí tiếp cận tín dụng. Nếu doanh nghiệp càng có nhiều thông tin thì chi phí bù đắp rủi ro và chi phí khác phải trả cho ngân hàng và các công ty bảo hiểm sẽ giảm.

Cơ quan công quyền

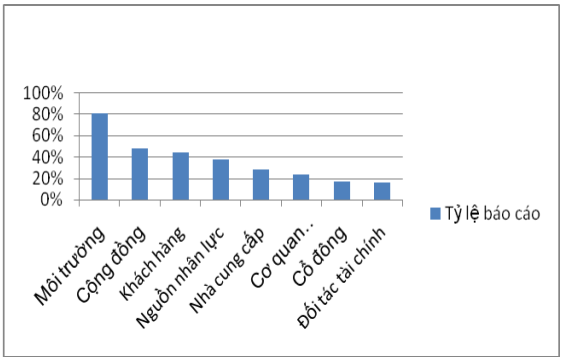
Mức độ công bố thông tin về các cơ quan công quyền (chính phủ, chính quyền địa phương và cơ quan khác) cao hơn so với công bố thông tin về các đối tác tài chính. Chủ đề chung được 37,5% số doanh nghiệp khảo sát lựa chọn báo cáo là về vấn đề đạo đức và các quy tắc tuân thủ pháp luật [6]. Mặc dù việc tuân thủ pháp luật căn bản là điều kiện tiên quyết để doanh nghiệp hoạt động gắn với trách nhiệm xã hội và môi trường, song doanh nghiệp cần báo cáo nhiều nội dung liên quan hơn. Thực tế, các doanh nghiệp được khảo sát không sẵn sàng cung cấp thông tin chi tiết về các khoản đóng góp, thuế phí của doanh nghiệp. Điều này cho thấy doanh nghiệp chưa sẵn sàng thực hiện cam kết đối với sự phát triển của địa phương nơi doanh nghiệp hoạt động.

Cộng đồng địa phương và toàn cầu

Bên cạnh mối quan hệ trong ngành, mối quan hệ ngoài ngành giữa doanh nghiệp với cộng đồng cũng được phản ánh trên báo cáo SRA. Chủ đề báo cáo SRA của các doanh nghiệp khảo sát tập trung vào sự tham gia của các bên liên quan và phòng chống tham nhũng. Các sáng kiến của doanh nghiệp liên quan đến sự tham gia của các bên liên quan bao gồm tổ chức thuyết trình công cộng về báo cáo xã hội hoặc báo cáo bền vững, thực hiện đối thoại với các bên liên quan để làm rõ các yêu cầu của họ. Mặt khác, chủ đề về phòng chống tham nhũng lại chú trọng việc trao đổi với các bên liên quan về các chính sách và hệ thống tự kiểm soát hiện hữu để ngăn ngừa tham nhũng và các hành vi phi đạo đức [7]. Các chủ đề khác trình bày trong báo cáo SRA về đóng góp cho cộng đồng bao gồm quà biếu, quà tặng, tiền thưởng, trợ cấp và các đóng góp tiền tệ khác của doanh nghiệp cho mục đích xã hội - môi trường. Các doanh nghiệp khảo sát còn báo cáo về các khoản đầu tư phi tài chính cho cộng đồng, bao gồm việc hỗ trợ nhân lực cho các hoạt động xã hội - văn hóa - thể thao cộng đồng.

Môi trường

Thông tin về môi trường được phản ánh trên báo cáo SRA của doanh nghiệp nhằm cung cấp đánh giá toàn diện về hoạt động của doanh nghiệp theo cách tiếp cận "bộ ba cốt lõi bền vững" (Triple bottom line). Theo đó, doanh nghiệp thể hiện mong muốn thực hiện CSR song song với phát triển bền vững, nỗ lực truyền bá khả năng đáp ứng nhu cầu của các bên liên quan và tác động tổng thể của các hoạt động doanh nghiệp đến môi trường. Thông tin về tác động của các hoạt động doanh nghiệp đến nguồn vốn tự nhiên đều được phản ánh trong báo cáo SRA của tất cả 90 doanh nghiệp khảo sát song dưới nhiều cách thức khác nhau. Một số doanh nghiệp báo cáo về nước thải, xử lý nước thải, một số doanh nghiệp khác báo cáo về nguyên vật liệu thô, đóng gói và quản lý chất thải, tuy nhiên, đa số doanh nghiệp đều lựa chọn báo cáo về tiêu thụ năng lượng, nguyên vật liệu và phát thải. Sự đa dạng trong cách trình bày báo cáo SRA này xuất phát từ sự khác biệt giữa các ngành nghề hoạt động của doanh nghiệp, ví dụ, đa số các doanh nghiệp thuộc ngành tài chính công bố báo cáo SRA đều có đặc điểm chung là có tác động tương đối thấp tới môi trường.



Hình 1: Tỷ lệ báo cáo SRA
theo cách tiếp cận các bên liên quan.
Nguồn: Perrini, F., 2005.

Vấn đề nổi cộm nhất khi so sánh báo cáo SRA của các doanh nghiệp khảo sát là về mô tả mối quan hệ giữa doanh nghiệp với môi trường. Việc thiếu một mô tả chung thống nhất về mối quan hệ này dẫn tới tồn tại nhiều phương thức báo cáo và đơn vị đo lường khác nhau giữa các doanh nghiệp, bởi vì mỗi doanh nghiệp tự xây dựng các chỉ số hoạt động cho riêng mình dựa trên quan điểm riêng của từng doanh nghiệp về tác động của hoạt động doanh nghiệp đến môi trường. Hệ quả là các bên liên quan khó có thể so sánh và đưa ra ý kiến khách quan đối với cam kết của doanh nghiệp về tôn trọng và bảo vệ môi trường.

Tóm lại, việc nghiên cứu báo cáo SRA của các doanh nghiệp châu Âu theo cách tiếp cận các bên liên quan nhằm tìm hiểu thông lệ quốc tế về các chủ đề chính trình bày trên báo cáo kế toán xã hội và môi trường. Hình 1 tóm lược kết quả khảo sát 90 doanh nghiệp châu Âu về tỷ lệ phần trăm doanh nghiệp được khảo sát báo cáo về các chủ đề 8 bên liên quan quan tâm, được sắp xếp theo mức độ giảm dần.

5. Hàm ý đối với các quốc gia đang phát triển

Thông lệ quốc tế qua nghiên cứu kinh nghiệm của các doanh nghiệp châu Âu cho thấy các doanh nghiệp này thường lập báo cáo SRA dựa vào các hướng dẫn lập báo cáo trách nhiệm xã hội như Sáng kiến lập báo cáo toàn cầu GRI [8], hướng dẫn của Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế (OECD) và Ủy ban Liên Hợp Quốc về Phát triển bền vững (UNCSD). Phương thức lập báo cáo SRA được các doanh nghiệp châu Âu lựa chọn dựa trên cách tiếp cận Lý thuyết các bên liên quan, nhằm đáp ứng nhu cầu thông tin đa dạng của nhiều đối tượng khác nhau về các hoạt động kinh tế - xã hội và môi trường của doanh nghiệp [9]. Theo cách tiếp cận các bên liên quan, các chủ đề phổ biến được các doanh nghiệp lựa chọn để phản ánh trên báo cáo SRA thường liên quan nhiều nhất đến môi trường, tiếp đến là cộng đồng, khách hàng và nguồn nhân lực.

Về mặt pháp lý, hiện nay trên thế giới chưa có quốc gia nào yêu cầu các doanh nghiệp bắt buộc phải lập báo cáo SRA [4]. Tuy nhiên, xuất phát từ nguyên nhân nội tại cũng như nhằm đáp ứng yêu cầu từ bên ngoài, ngày càng có nhiều doanh nghiệp lớn và tập đoàn đa quốc gia tại các quốc gia phát triển thực hiện lập và công bố báo cáo này. Trong bối cảnh hội nhập kinh tế toàn cầu, các quốc gia đang phát triển, trong đó có Việt Nam, không thể đứng ngoài xu thế đó [10]. Một số ngân hàng (Vietcombank, Vietinbank, LienVietPostBank...) và doanh nghiệp (Kangaroo, PV Oil, Sabeco, PVFCCo, Vietsovpetro, Vinacafé...) đã được công nhận thực hiện tốt trách nhiệm xã hội và phát triển cộng đồng với kinh phí lên đến hàng nghìn tỷ đồng một năm. Trong thời gian tới, các doanh nghiệp này cần có hành động cụ thể để đo lường các tác động kinh tế - xã hội và môi trường của các hoạt động kinh doanh và phản ánh trên báo cáo SRA của doanh nghiệp.

Trong thực tế, số lượng doanh nghiệp thực hiện báo cáo SRA trên thế giới ngày càng tăng với nhiều hình thức báo cáo khác nhau, đặt ra yêu cầu cần phải thiết lập một bộ chuẩn mực chung cho mọi doanh nghiệp để hỗ trợ quá trình đo lường, đánh giá thống nhất [11]. Tuy nhiên,

bên cạnh các chuẩn mực chung, các báo cáo SRA cũng cần có sự linh hoạt để có thể điều chỉnh phù hợp với các loại hình doanh nghiệp và đặc thù ngành, trong đó có các doanh nghiệp nhỏ và vừa chiếm tỷ trọng lớn tại các quốc gia đang phát triển. Hình thức báo cáo vừa theo quy chuẩn vừa có tính linh hoạt này có thể khuyến khích ngày càng nhiều doanh nghiệp nhỏ và vừa thực hiện báo cáo SRA.

Tài liệu tham khảo

[1] Sadeghzadeh, Akbar, Social Responsibility Accounting, Sustainability Accounting and Islam, University of Wollongong, 1995.

[2] Mathews, M. R., Socially responsible Accounting, London: Chapman and Hall, 1993.

[3] Anderson, R. H., "Social Responsibility Accounting: Evaluation, Objectives, Concepts and Principles", CPA Magazine October (1977) 32.

[4] David Bent và Julie Richardson, SIGMA Guidelines Toolkit - Sustainability Accounting Guide, The SIGMA Project, 2003.

[5] Tilt, C. A., "Corporate Responsibility Accounting and Accountants", in Professionals' Perspectives of Corporate Social Responsibiliry, Berlin: Springer, 11-32, 2009.

[6] Perrini, F., "Building a European Portrait of Corporate Social Responsibility Reporting", European Management Journal 23 (6) (2005), 611.

[7] Stevens, B., "An Analysis of Corporate Ethical Code Studies: Where Do We Go From Here?", Journal of Business Ethics 13 (1994) 63.

[8] Global Reporting Initiative, "Sustainability Reporting Guidelines" (2002) truy cập ngày 30/5/2014 tại www.globalreporting.org.

[9] Commission of the European Committies, Green Paper Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility, Brussels: COM 366 Final, 2001.

[10] Muhammad, N. M., Johari, R. J., Mustafa, W. M., Social Responsibility Accounting (SRA) in Malaysia: Challenge and Opportunity, UiTM Kelantan Campus, 18500 Machang, Kelantan, 2004.

[11] Willis, A., "The Role of the Global Reporting Innitiatives's Sustainability Reporting Guidelines in the Social Screening of Investments", Journal of Business Ethics, 43 (3) (2003), 233.

Social Responsibility Accounting Reporting Application of European Companies

Nguyễn Thị Hương Liên

VNU University of Economics and Business,
144 Xuân Thủy Str., Cầu Giấy Dist., Hanoi, Vietnam

Abstract: Social Responsibility Accounting (SRA) has been adopted by many corporations in the world and has become a popular research area for domestic and foreign scholars. However, there have been few studies on SRA and international practices of SRA reporting in Vietnam as this field is rather new to domestic researchers. By reviewing foreign literature and studying the experience of European companies in SRA reporting, this paper summarizes the consensus of SRA, explains why companies need SRA, and discusses international practices on SRA reporting.

Keywords: Social responsibility accounting (SRA), social and environmental accounting, social responsibility accounting reporting, corporate stakeholders, non-financial information disclosure.