

THỰC HIỆN KẾ TOÁN TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI TẠI VIỆT NAM

● LÊ THỊ BẢO NHƯ - NGUYỄN THỊ PHƯƠNG THẢO

TÓM TẮT:

Vấn đề thực hiện trách nhiệm xã hội (Corporate Social Responsibility - CSR) ngày càng nhận được sự quan tâm trên thế giới nói chung và Việt Nam nói riêng. Nhiều doanh nghiệp cho rằng, thực hiện trách nhiệm xã hội là tham gia vào các chương trình từ thiện, hỗ trợ người khuyết tật, giúp đỡ gia đình khó khăn... Đó là cách hiểu đúng nhưng chưa đủ. Ngày nay, trách nhiệm xã hội liên quan đến mọi khía cạnh vận hành của doanh nghiệp, bao gồm cả việc cam kết phát triển kinh tế bền vững. Xuất phát từ yêu cầu thực tiễn, nhìn từ góc độ kế toán, bài báo trình bày tổng quan về trách nhiệm xã hội, thực trạng và đề xuất các giải pháp nhằm nâng cao việc thực hiện trách nhiệm xã hội tại Việt Nam.

Từ khóa: Kế toán trách nhiệm xã hội, CSR, doanh nghiệp, thực hiện.

1. Đặt vấn đề

Trách nhiệm xã hội (Corporate Social Responsibility - CSR) là khái niệm phổ biến trên thế giới. Tuy nhiên, thuật ngữ này vẫn còn khá mới mẻ tại Việt Nam. Cùng với xu thế phát triển và hội nhập, CSR ngày càng được quan tâm bởi các nhà đầu tư, khách hàng, cơ quan quản lý và các bên liên quan. Thực hiện báo cáo phát triển bền vững và kế toán trách nhiệm xã hội đã trở thành xu hướng đang được khuyến khích - tại các doanh nghiệp (DN), đặc biệt là việc công khai, minh bạch các thông tin phi tài chính về các hoạt động hướng đến xã hội, môi trường, người lao động... Trong phạm vi bài báo này, tác giả sẽ trình bày cơ sở lý thuyết về CSR, thực trạng áp dụng CSR tại Việt Nam, phân tích nguyên nhân và đề xuất các giải pháp nhằm nâng cao việc áp dụng CSR trong thời kỳ hội nhập.

2. Cơ sở lý thuyết về trách nhiệm xã hội

2.1. Khái niệm Trách nhiệm xã hội (CSR)

Có nhiều cách định nghĩa khác nhau về CSR của DN. Theo nhóm Phát triển kinh tế tư nhân của Ngân hàng Thế giới (WB), "CSR là sự cam kết của

DN đóng góp cho việc phát triển kinh tế bền vững, thông qua những việc làm nhằm nâng cao chất lượng đời sống của người lao động và các thành viên trong gia đình họ; cho cộng đồng và toàn xã hội, theo cách có lợi cho cả DN, cũng như phát triển chung của xã hội". CSR của DN ngày càng trở thành mối quan tâm chung của công đồng quốc tế và của mỗi quốc gia. Hiện nay, nhiều tập đoàn và DN lớn đã đặt tiêu chí xây dựng CSR là trọng tâm trong tổng thể chiến lược kinh doanh, nhằm thúc đẩy và hỗ trợ DN giải quyết một cách sáng tạo những vấn đề và thách thức trong quá trình kinh doanh và phát triển. Cách tiếp cận CSR - có thể vừa hỗ trợ DN phát triển kinh doanh bền vững, đồng thời đóng góp vào việc bảo vệ và cải thiện tiêu chuẩn xã hội.

Một khía cạnh khác, khi đề cập đến CSR, người ta thường hay dùng thuật ngữ "Phát triển bền vững" hay "Báo cáo phát triển bền vững" (BCPTBV). Có thể hiểu BCPTBV là việc các DN xây dựng và công bố các thông tin một cách tự nguyện, như thông tin về các hoạt động hướng tới phát triển bền vững trên các khía cạnh hiệu quả

hoạt động tài chính, bảo vệ môi trường, an sinh xã hội... Do đó, BCPTBV vừa là kênh thông tin, vừa là công cụ quản lý và giám sát của cơ quan nhà nước cũng như các bên liên quan.

Những định nghĩa này phản ánh được bản chất của nhiều nghiên cứu CSR trong lĩnh vực kế toán, rằng mối quan hệ giữa doanh nghiệp và xã hội là mối quan hệ hai chiều. Doanh nghiệp nhận được lợi nhuận, sự quan tâm, ủng hộ từ xã hội và do đó, doanh nghiệp cũng cần có nghĩa vụ đối với cộng đồng. Kế toán trách nhiệm xã hội là công cụ hữu hiệu để quản lý và đánh giá nỗ lực của doanh nghiệp trong việc đảm bảo an toàn lao động, tạo cơ hội việc làm, và phát triển kinh tế bền vững.

2.2. Các lý thuyết liên quan

Công bố tự nguyện là việc trình bày các thông tin vượt quá yêu cầu bắt buộc, bao gồm thông tin kế toán và các thông tin khác mà nhà quản lý cho là có liên quan đến nhu cầu của các bên liên quan. Việc công bố như vậy nhằm mục đích giảm sự bất cân xứng thông tin giữa các nhà quản lý - nhà đầu tư và cung cấp thông tin nhằm giải thích nhu cầu thông tin của các bên liên quan khác nhau (Meek, Roberts, & Gray, 1995). Công bố trách nhiệm xã hội của DN là công bố tự nguyện và được giải thích bằng nhiều lý thuyết, trong đó, lý thuyết các bên liên quan, lý thuyết hợp pháp và lý thuyết đại diện được sử dụng phổ biến để đo lường mối quan hệ giữa CSR và đánh giá thị trường.

a. Lý thuyết các bên liên quan

Lý thuyết các bên liên quan được đề cập lần đầu tiên trong nghiên cứu của (Freeman, 1984) về đạo đức kinh doanh và quản trị trong tổ chức. Lý thuyết này cho rằng các hoạt động của công ty là kết quả trực tiếp từ áp lực các bên liên quan khác nhau, liên quan đến quyền lực (Jawahar & McLaughlin, 2001) hoặc các yêu cầu hợp pháp (Hill & Jones, 1992; Langtry, 1994). (Mitchell, Agle, & Wood, 1997) chỉ ra tác động của các bên liên quan phụ thuộc vào 3 yếu tố: quyền lực; tính hợp pháp; mức độ cần thiết. Các nghiên cứu đã kiểm tra ảnh hưởng của các áp lực của các bên liên quan đến các chính sách và chiến lược môi trường ((Christmann, 2004; Darnall, Henriques, & Sadorsky, 2010), công khai về môi trường (Eljido-Ten, Kloot, & Clarkson, 2010; Neu, Warsame, & Pedwell, 1998) và hoạt động từ thiện của công ty (Brammer & Millington, 2003; Moir & Taffler, 2004).

b. Lý thuyết đại diện

Lý thuyết đại diện phân tích mối quan hệ giữa “người chủ” (người hoặc tổ chức sử dụng một bên khác để thực hiện công việc cụ thể) và “người quản lý” (những người thực hiện công việc đó). Lý thuyết đại diện thường được áp dụng cho mối quan hệ giữa chủ sở hữu và người quản lý của các công ty lớn được công bố rộng rãi, nhưng nó cũng được áp dụng cho các mối quan hệ khác của tổ chức. Lý thuyết đại diện đề cập đến “vấn đề quản lý” có thể phát sinh do xung đột lợi ích giữa chủ sở hữu và người quản lý hoặc giám sát hiệu quả hoạt động của chủ sở hữu đối với người quản lý và “vấn đề quản lý” có thể được khắc phục như thế nào thông qua các cơ chế quản trị khác nhau (Frynas & Yamahaki, 2016).

Các nghiên cứu liên quan đến CSR đã sử dụng thuyết đại diện trong việc nghiên cứu xung đột lợi ích giữa chủ sở hữu và người quản lý liên quan đến việc theo đuổi mục tiêu xã hội và môi trường (Barnea & Rubin, 2010; Faleye & Trahan, 2011; Werbel & Carter, 2002), hoặc xem xét liệu CSR có lợi cho hiệu suất tài chính và phi tài chính hay không (Berrone & Gomez-Mejia, 2009). Các nghiên cứu CSR khác nhau từ quan điểm của cơ quan sử dụng dữ liệu cấp độ công ty - thay vì dữ liệu cấp cá nhân (Beliveau, Cottrill, & O'Neill, 1994; Wright & Ferris, 1997). Một số nghiên cứu cấp vi mô áp dụng lý thuyết đại diện để kiểm tra mối quan hệ giữa thù lao giám đốc điều hành và mức độ thực hiện CSR (Berrone, Cruz, Gomez-Mejia, & Larraza-Kintana, 2010; Dechow, Konrad, Perlmutter, & Freely, 2006); trong khi các nghiên cứu khác đã nghiên cứu cách thức đặc điểm cá nhân của các thành viên hội đồng quản trị và CEO ảnh hưởng đến việc ra quyết định liên quan đến CSR (J. Wang & Coffey, 1992).

c. Lý thuyết hợp pháp

Lý thuyết hợp pháp cho rằng, hoạt động của tổ chức phải theo các giá trị hoặc chuẩn mực xã hội mà tổ chức đó hoạt động. Theo đó, các DN không thể tách rời khỏi xã hội và xã hội tạo ra tính hợp pháp dựa trên các DN (Craig Deegan, 2002). Hay nói cách khác, DN phải tìm kiếm những giải pháp nhằm đảm bảo các hoạt động nằm trong phạm vi và quy chuẩn xã hội.

Lý thuyết hợp pháp dùng trong nghiên cứu CSR với những khoảng trống kỳ vọng xã hội và thực tiễn kinh doanh (Magness, 2006). Các nghiên cứu từ quan điểm lý thuyết hợp pháp chứng minh rằng,

các công ty sử dụng các phương tiện khác nhau như hoạt động từ thiện, công bố các thông tin xã hội như là công cụ hợp pháp hóa, đặc biệt là cho các công ty có hiệu quả hoạt động xã hội kém ở các lĩnh vực khác (Lanis & Richardson, 2013). Các công ty sử dụng báo cáo CSR để có được tính hợp pháp có thể được hưởng lợi thông qua xếp hạng quản trị DN tốt hơn, cải thiện sự hấp dẫn của nhà đầu tư và mang lại danh tiếng (Bebbington, Larrnaga, & Moneva, 2008). Các nghiên cứu khác cũng cho thấy rằng, các công ty lớn và các công ty đại chúng đặc biệt tích cực về hoạt động và báo cáo CSR, bởi vì các công ty này có thể quan sát và mở rộng kiểm tra công khai và do đó có nhu cầu về tính hợp pháp lớn hơn (Arvidsson, 2010; Branco & Rodrigues, 2006).

Lý thuyết đại diện, lý thuyết các bên liên quan cũng như lý thuyết hợp pháp cũng chỉ giải thích một phần về CSR. Do đó, cần phải sử dụng kết hợp với các quan điểm lý thuyết bổ sung khác và các nghiên cứu có liên quan để có cái nhìn toàn diện hơn về CSR và các vấn đề có liên quan.

3. Thực trạng áp dụng thực hiện kế toán trách nhiệm xã hội tại Việt Nam

Hiện nay, việc thực hiện kế toán trách nhiệm xã hội hay công bố BCPTBV đang trở thành thông lệ quốc tế. BCPTBV không chỉ giúp các DN củng cố tăng cường mối hợp tác với các bên liên quan, với nhà đầu tư và cộng đồng mà còn giúp các DN tăng cường quản lý rủi ro kinh doanh, nâng cao khả năng thích nghi trong môi trường thay đổi nhanh chóng và cạnh tranh hiệu quả hơn. Trên thế giới, ngày càng nhiều DN cung cấp báo cáo phát triển bền vững và lồng ghép các thông tin về môi trường, xã hội và quản trị vào báo cáo thường niên của DN mình. Điều này cho thấy, các DN đã nhận thức được mối tương quan giữa phát triển bền vững và hiệu quả hoạt động. Tại Việt Nam, văn bản đầu tiên đề cập đến các thông tin liên quan đến BCPTBV là Thông tư số 155/2015/TT-BTC ngày 06/10/2015 của Bộ Tài chính về việc hướng dẫn công bố thông tin trên thị trường chứng khoán. Thông tư này hướng dẫn các DN trình bày thông tin chung về công ty, trong đó có các mục tiêu phát triển bền vững về môi trường, xã hội và cộng đồng. Trong Báo cáo tác động đến môi trường và xã hội của công ty, công ty đại chúng phải báo cáo các nội dung như quản lý nguồn nguyên liệu, tiêu thụ năng lượng, tiêu thụ nước, tuân thủ pháp luật về bảo vệ môi trường, chính sách liên quan đến người

lao động, báo cáo liên quan đến trách nhiệm với cộng đồng địa phương, báo cáo liên quan đến hoạt động thị trường vốn xanh theo hướng dẫn của Ủy ban Chứng khoán Nhà nước. Đây được xem là bước khởi đầu của Việt Nam trong việc tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu. Sau đó, bộ tiêu chuẩn quốc tế về lập Báo cáo phát triển bền vững GRI phiên bản tiếng Việt cũng ra đời và phổ biến cho các DN.

Đối với các DN nội địa, BCPTBV tuy mới xuất hiện và vẫn còn khá mới mẻ nhưng thời gian qua đã có nhiều DN, tập đoàn tiên phong trong lập BCPTBV ngay từ khi chưa có quy định pháp lý yêu cầu bắt buộc. Tính đến đầu tháng 6/2016, đã có 15/30 DN thuộc rổ VN30 đã triển khai thực hiện kế toán trách nhiệm xã hội và công bố BCPTBV trên website, trong đó phải kể đến Tập đoàn Bảo Việt (BVH), Công ty cổ phần Dược Hậu Giang (DHG), Công ty cổ phần Nông nghiệp Quốc tế Hoàng Anh Gia Lai (HNG), Tổng công ty cổ phần Khoan và Dịch vụ khoan dầu khí (PVD), Công ty TNHH Nhà máy Bia Việt Nam, Công ty cổ phần Vicostone, Tổng công ty POSCO E&C, Công ty cổ phần Sữa Việt Nam (VNM)... Hiện nay, việc áp dụng kế toán trách nhiệm xã hội và công bố BCPTBV vẫn còn nhiều hạn chế. Một số DN lập BCPTBV còn sơ sài, có 5 DN đã lập BCPTBV theo khung GRI nhưng vẫn chưa thể hiện hết các thông tin như hướng dẫn. Hôi đồng DN vì sự phát triển bền vững của Việt Nam đã khảo sát 150 DN về thực trạng và nhu cầu xây dựng BCPTBV, kết quả là hơn 75 DN tham gia cuộc khảo sát chưa biết đến BCPTBV. Thực trạng trên cho thấy, trong bối cảnh hội nhập quốc tế, các DN Việt Nam vẫn còn khá thu động trong việc tiếp cận xu hướng báo cáo toàn cầu nhằm minh bạch hóa thông tin về hoạt động sản xuất - kinh doanh, các thông tin có liên quan để hướng đến mục tiêu phát triển bền vững. Để nhận được những phản hồi tích cực và sự ủng hộ từ cộng đồng, ổn định lợi nhuận và tăng cường lợi thế cạnh tranh trên thị trường, hoạt động về BCPTBV cần được các DN đón nhận và triển khai mạnh mẽ hơn.

4. Nguyên nhân và một số biện pháp khắc phục

4.1. Về phía DN

Hiện nay, nhiều DN vẫn chưa có kiến thức đầy đủ về CSR, chưa hiểu rõ được tầm quan trọng của việc áp dụng CSR trong tiến trình phát triển và hội nhập. Đa phần các công ty hiện nay tập trung vào

việc tối đa hóa lợi nhuận mà bỏ qua việc bảo vệ môi trường, đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm hoặc nâng cao đời sống của cán bộ nhân viên trong công ty... Một số DN ý thức được việc thực hiện CSR, tuy nhiên, lại thiếu hụt tài chính và nhân lực, đặc biệt là các DN vừa và nhỏ. Để khắc phục tình trạng này, các DN cần thay đổi nhận thức về việc thực hiện CSR, cần có chiến lược dài hạn nhằm đầu tư nhân lực và vật lực, đồng thời, tham khảo việc thực hiện CSR của các công ty trên thế giới, như: Chiến lược “Nhân viên khỏe mạnh” của Levi Strauss. Công ty Levi Strauss hỗ trợ đời sống nhân viên bằng cách thường xuyên sát nhân viên để tìm hiểu bằng cách nào các nhân viên có thể gắn kết với nhau hơn, có sức khỏe tốt hơn, làm việc đạt năng suất hơn và có những cải tiến phù hợp với nhu cầu của nhân viên. Hoặc các chương trình vì cộng đồng của Xerox, LinkedIn. Các công ty này tạo cơ hội cho nhân viên tham gia vào các dự án xã hội mà họ lựa chọn, thậm chí nhân viên còn được nghỉ phép có lương để hoàn thành các dự án đó. Xây dựng lộ trình thực hiện CSR phù hợp với các chuẩn mực chung sẽ giúp DN nâng cao lợi thế cạnh tranh trên thị trường.

4.2. Về mặt pháp lý

Nghiên cứu của Dewi Sri Sejati và cộng sự (2017) đã chỉ ra rằng lý do cơ bản để các công ty thực hiện các hoạt động CSR vì các quy định của chính phủ về nghĩa vụ đối với các DN nhà nước. Tuy nhiên, tại Việt Nam, các quy định, chuẩn mực về việc áp dụng CSR hiện nay còn nhiều bất cập, hạn chế và chưa có tính bắt buộc. Các quy định hiện hành như SA800, GRI, WRAP đều do các tổ chức khác nhau ban hành, thiếu tính liên kết và thống nhất, nên khi thực hiện, DN không biết nên thực hiện theo quy định nào và khi xảy ra vi phạm cũng dẫn đến khó khăn khi khiếu kiện. Việt Nam đang trên đà phát triển và thu hút vốn đầu tư nước ngoài, vì vậy, cần xây dựng khung pháp lý hiệu quả phục vụ cho phát triển kinh tế và nâng cao

CSR của DN, chẳng hạn như xây dựng Bộ quy tắc ứng xử về thực hiện CSR nhằm tạo điều kiện để các DN phát triển bền vững và tránh các hệ lụy sau này. Đồng thời, tuyên truyền phổ biến lợi ích của việc áp dụng CSR đến các cấp quản lý, các DN, giúp mọi người hiểu rằng việc thực hiện CSR không chỉ là từ thiện, cứu trợ... mà xuất phát từ chính động lực bên trong của mỗi người lao động, là sự cân bằng về mục tiêu kinh tế, môi trường và xã hội.

4.3. Về phía cơ sở giáo dục và hội nghề nghiệp

Các hiệp hội nghề nghiệp và cơ sở giáo dục tích cực tham gia vào việc đóng góp, bổ sung các quy định về thực hiện CSR, là cầu nối giữa các quan quản lý nhà nước và DN. Thông qua đối thoại giữa chính quyền và DN, các hiệp hội nghề nghiệp giúp phản ánh những bất cập, vướng mắc của các DN khi thực hiện CSR, giúp hoàn thiện thêm các chính sách pháp luật, là điều kiện quan trọng để những chính sách liên quan nhận được sự đồng thuận của xã hội và dễ dàng đi vào thực tiễn. Các trường đại học nên giới thiệu CSR và đưa vào chương trình giảng dạy để đào tạo nguồn nhân lực có kiến thức về CSR ngay khi còn ngồi trên ghế nhà trường. Tổ chức các buổi hội thảo nhằm nâng cao kiến thức, trao đổi thông tin và học tập kinh nghiệm thực hiện CSR cho giảng viên, nhân viên tại các DN, cung cấp các tài liệu giúp DN xây dựng được lộ trình thực hiện CSR đáp ứng yêu cầu hội nhập.

5. Kết luận

Những năm gần đây, kinh tế Việt Nam có những bước phát triển mạnh mẽ. Phát triển bền vững là con đường tất yếu, đặc biệt là bảo vệ môi trường và đảm bảo an sinh xã hội. Chính vì vậy, việc thực hiện CSR ngày càng được xã hội quan tâm. Việc thực hiện CSR hiện nay còn gặp nhiều khó khăn, thử thách, vì vậy cần nhận được sự quan tâm và ủng hộ của các bên liên quan, từ phía DN, cơ quan quản lý, các hiệp hội nghề nghiệp, cũng như cơ sở giáo dục ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Amir Burnea & Amir Rubin (2010). *Corporate Social Responsibility as a Conflict Between Shareholders*. *Journal of Business Ethics*, 97, 71-86.
2. Barbara Belveau, Melville Cottrill & Hugh M. O'Neill (1994). *Predicting corporate social responsiveness: A model drawn from three perspectives*. *Journal of Business Ethics*, 13, 731-738.

3. Bruce Langtry (1994). *Stakeholders and the Moral Responsibilities of Business*. *Business Ethics Quarterly*, 4, 431-443.
4. Charles W. L. Hill & Thomas M. Jones (1992). *Stakeholder-Agency Theory*. *Journal of Management Studies*, 29, 131-154.
5. Craig Deegan (2002). *Introduction. The legitimism effect of social and environmental disclosures - a theoretical foundation*. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 15, 282-311.
6. D Neu, H Warsame & K Pedwell (1998). *Managing public impressions: environmental disclosures in annual reports*. *Accounting, Organizations and Society*, 23, 265-282.
7. Dewi Sri Sejati, Budi Eko Soetjipto & Wening Paimi Rahayu (2017). *Implementation of Corporate Social Responsibility Program for Education in Government Banking of Malang*. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 7(6), 39-51.
8. Evangeline Eljido#Ten, Louise Kloot & Peter Clarkson (2010). *Extending the application of stakeholder influence strategies to environmental disclosures: An exploratory study from a developing country*. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 23, 1032-1059.
9. Gary K. Meek, Clare B. Roberts & Sidney J. Gray (1995). *Factors Influencing Voluntary Annual Report Disclosures by U.S., U.K. and Continental European Multinational Corporations*. *Journal of International Business Studies*, 26, 555-572.
10. M. Juwahr & Gary L. McLaughlin (2001). *Toward a Descriptive Stakeholder Theory: An Organizational Life Cycle Approach*. *The Academy of Management Review*, 26, 397-414.
11. James D. Werbel & Suzanne M. Carter (2002). *The CEO's Influence on Corporate Foundation Giving*. *Journal of Business Ethics*, 40, 47-60.
12. Jan Bebbington, Carlos Larrinaga & Jose M. Moneva (2008). *Corporate social reporting and reputation risk management*. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 21, 337-361.
13. Jerdrzej George Frynas & Camila Yanahaki (2016). *Corporate social responsibility: review and roadmap of theoretical perspectives*. *Business Ethics - A European Review*, 25, 258-285.
14. Jia Wang & Betty S. Coffey (1992). *Board composition and corporate philanthropy*. *Journal of Business Ethics*, 11, 771-778.
15. John R. Deckop, Alison M. Konrad, Felice Davidson Perlmutter & Joshua L. Freely (2006). *The effect of human resource management practices on the job retention of former welfare clients*. *Human resource management*, 45, 539-559.
16. Lance Moir & Richard Taffler (2004). *Does corporate philanthropy exist? Business giving to the arts in the U.K*. *Journal of Business Ethics*, 54, 149-161.
17. Manuel Castelo Branco & Lúcia Luina Rodrigues (2006). *Corporate Social Responsibility and Resource-Based Perspectives*. *Journal of Business Ethics*, 69, 111-132.
18. Max B. E. Clarkson (1995). *A Stakeholder Framework for Analyzing and Evaluating Corporate Social Performance*. *The Academy of Management Review*, 20, 92-117.
19. Nicole Damall, Irene Henriques & Perry Sadorsky (2010). *Adopting proactive environmental strategy: The influence of stakeholders and firm size*. *Journal of Management Studies* 47, 1072-1094.
20. Olubunmi Faleye & Emery A. Trahan (2011). *Labor-Friendly Corporate Practices: Is What is Good for Employees Good for Shareholders?* *Journal of Business Ethics*, 101, 1-27.
21. Pascual Berrone & Luis R. Gomez-Mejia (2009). *Environmental performance and executive compensation: An integrated agency-institutional perspective*. *Academy of Management Journal*, 52, 103-126.
22. Pascual Berrone, Cristina Cruz, Luis R Gomez-Mejia & Martin Larraza-Kintana (2010). *Socioemotional wealth and corporate response to institutional pressures: Do family-controlled firms pollute less*. *Administrative Science Quarterly*, 55, 82-113.
23. Peter Wright & Stephen P. Ferris (1997). *Agency Conflict and Corporate Strategy: The Effect of Divestment on Corporate Value*. *Strategic Management Journal*, 18, 77-83.

24. Petra Christmann (2004). *Multinational Companies and the Natural Environment: Determinants of Global Environmental Policy Standardization*. *The Academy of Management Journal*, 47, 747-760.
25. R. Edward Freeman. 1984. *Strategic Management: A Stakeholder Approach*, Boston: Pitman
26. Roman Lanis & Grant Richardson (2013) *Corporate social responsibility and tax aggressiveness: a test of legitimacy theory*. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 26, 75-100.
27. Ronald K. Mitchell, Bradley R. Agle & Donna J. Wood (1997). *Toward a Theory of Stakeholder Identification and Salience: Defining the Principle of Who and What Really Counts*. *The Academy of Management Review*, 22, 853-886.
28. Stephen Brammer & Andrew Millington (2003). *The Effect of Stakeholder Preferences, Organizational Structure and Industry Type on Corporate Community Involvement*. *Journal of Business Ethics*, 45, 213-226.
29. Susanne Arvidsson (2010). *Communication of Corporate Social Responsibility: A Study of the Views of Management Teams in Large Companies*. *Journal of Business Ethics*, 96, 339-354.
30. Vanessa Magness (2006). *Strategic posture, financial performance and environmental disclosure. An empirical test of legitimacy theory*. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 19, 540-563

Ngày nhận bài: 4/9/2019

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 14/9/2019

Ngày chấp nhận đăng bài: 24/9/2019

Thông tin tác giả:

1. ThS. NCS. LÊ THỊ BẢO NHƯ

Trường Đại học Phan Thiết

2. ThS. NCS. NGUYỄN THỊ PHƯƠNG THẢO

Trường Đại học Tây Nguyên

IMPLEMENTATION OF CSR ACCOUNTING IN VIETNAM

● Ph.D student, Master. **LE THI BAO NHU**

University of Phan Thiet

● Ph.D student Master. **NGUYEN THI PHUONG THAO**

Tay Nguyen University

ABSTRACT:

Corporate Social Responsibility (CSR) is getting more the attention in the world in general and Vietnam in particular. Many companies believe that implementing their CSR is to participate in charity programs, support people with disabilities and poor families. Although this approach is right, it is not fully right. The CSR is related to every aspect of business operations, including commitment to sustainable economic development. Under the view of accounting, this paper is to generally present the content of the CSR, analyze the situation of implementing the CSR of Vietnamese enterprises and provide solutions to improve the effectiveness of implementing the CSR of Vietnamese enterprises.

Keywords: Corporate Social Responsibility (CSR), enterprises, implementation.