

Doanh nghiệp Gia đình Kiên cường

Vượt trên phạm vi kinh doanh: Đầu tư chiến lược song hành với mục đích nhân văn

Với vai trò quan trọng trong hệ sinh thái thiện nguyện, sự phát triển vượt bậc của các Doanh nghiệp Gia đình (“DNGĐ”) trong giai đoạn này đã tạo ra một sự thay đổi đáng kinh ngạc trong hoạt động thiện nguyện và đầu tư chiến lược. Điều này khuyến khích các doanh nghiệp cân nhắc kỹ lưỡng về chiến lược thiện nguyện.¹

Khi các DNGĐ đánh giá những cách thức để hỗ trợ cộng đồng bị ảnh hưởng đến sức khỏe và sự an toàn do đại dịch gây ra, mức độ nghiêm trọng của đại dịch COVID-19 đã làm thay đổi mục tiêu chiến lược thiện nguyện và đầu tư của họ. Ví dụ, vào tháng 7 năm 2020, các tập đoàn, tổ chức và cá nhân có giá trị tài sản ròng cao đã tài trợ hơn 12 tỷ Đô la Mỹ cho cuộc chiến chống lại COVID-19.² Các DNGĐ và quỹ tài trợ của họ chiếm ¼ tổng số tiền được tài trợ trên toàn thế giới theo đánh giá của của Candit, một tổ chức chuyên theo dõi các khoản quyền góp từ thiện.³

Các vấn đề về môi trường, xã hội và quản trị (“ESG”) đang ngày càng được quan tâm, theo đó làm gia tăng các tiêu chí đánh giá doanh nghiệp. Trên phạm vi toàn cầu, thị phần của các nhà đầu tư, mà áp dụng nguyên tắc ESG cho ít nhất ¼ danh mục đầu tư của họ, đã tăng từ 48% trong năm 2017 lên 75% trong năm 2019.⁴ Do sự bùng phát của đại dịch COVID-19, các chỉ số ESG thậm chí còn trở nên quan trọng hơn đối với các nhà đầu tư.

Đối với những gia đình đặt mục tiêu kinh doanh lên hàng đầu thì họ coi hoạt động thiện nguyện là một minh chứng rõ ràng cho cam kết của họ với cộng đồng và cho những điều mà họ tin là quan trọng. Việc thực hiện tốt các hoạt động thiện nguyện có thể giúp doanh nghiệp vươn xa hơn. Các DN thường hướng tới mục tiêu tăng thị phần phát triển nhanh hơn các đối thủ cạnh tranh và nâng cao sự hài lòng của nhân viên.⁵

Trong khi đó, các chính sách hay quyết định của DNGĐ không phải thông qua phê duyệt của cơ quan quản lý nhà nước, hay cổ đông giống như các công ty được niêm yết trên thị trường, tuy nhiên họ vẫn phải thông qua một số bước nhất định để chứng minh mục đích của từng chính sách. Khách hàng và các bên liên quan khác có thể dựa vào thông tin được công khai để xác định xem liệu các DNGĐ có thực sự theo đuổi giá trị mà họ tuyên bố hay không — và có thể “phạt” các doanh nghiệp đưa ra tuyên bố không phù hợp với nguyên tắc của họ.⁶

Khi Deloitte khảo sát các giám đốc điều hành DNGĐ tại Diễn đàn DNGĐ diễn ra gần đây, những người tham gia cho biết việc tạo ra một di sản mang tính xã hội và làm thiện nguyện là một trong các thách thức lâu dài và quan trọng nhất mà doanh nghiệp phải đối mặt.

Mặc dù hoạt động thiện nguyện có thể gắn kết gia đình theo một mục tiêu chung đặc biệt trong thời điểm quan trọng khi đại dịch diễn ra, việc **khuyến khích các hoạt động quản trị và cộng tác hiệu quả** có thể giúp các DNGĐ **thiết lập mục tiêu rõ ràng cho chiến lược thiện nguyện của họ**.

Hoạt động thiện nguyện cũng đóng vai trò quan trọng trong việc củng cố mối quan hệ gia đình. Vì không phải tất cả các thành viên trong gia đình đều có thể tham gia vào việc quản trị hoặc sở hữu doanh nghiệp, nên một chương trình thiện nguyện mang tính chiến lược có thể **tạo sự gắn kết trong gia đình bằng cách mang đến cơ hội** được đóng góp vào việc xây dựng “thương hiệu gia đình” cho các thành viên. Đây cũng là một cơ hội để thế hệ trẻ có thể tham gia vì việc thực hiện trách nhiệm với xã hội và đầu tư cho tương lai ngày càng trở nên quan trọng hơn với thế hệ trẻ. Ngoài ra, do hoạt động thiện nguyện của các DNGĐ thường được tổ chức một cách chặt chẽ với một hội đồng và ban quản trị riêng, đây có thể là nơi đào tạo lý tưởng cho các nhà lãnh đạo tương lai của doanh nghiệp.

Tạo cơ hội để thực hiện trách nhiệm xã hội

Xác định động lực và mục tiêu thiện nguyện là điểm khởi đầu quan trọng để các DNGĐ có thể xác định **mục tiêu khác ngoài lợi nhuận**.

Ví dụ, nếu đảm bảo môi trường bền vững là vấn đề mà các nhà lãnh đạo DNGĐ quan tâm khi **cân nhắc quyết định thiện nguyện và đầu tư** của họ, thì mục tiêu của những người thụ hưởng và đầu tư là nhằm mục đích bảo tồn. Ngoài ra, các DNGĐ tham gia vào loại hình đầu tư này cần xem xét xây dựng một cơ chế để có thể giải trình các **quyết sách đầu tư chiến lược** của họ. **Tương tự như trong hoạt động kinh doanh**, các doanh nghiệp này cần xác định rõ lợi ích của các hoạt động thiện nguyện.

Khi đánh giá mục tiêu đầu tư và chiến lược thiện nguyện của doanh nghiệp, cần xem xét một số câu hỏi như sau:

- Các nhà lãnh đạo trong DNGĐ có cùng hiểu rõ được các giá trị cốt lõi không?
- Các giá trị có rõ ràng và thể hiện trên văn bản không?
- Các giá trị của gia đình/doanh nghiệp có được công khai không?
- Điều gì phù hợp nhất với giá trị của gia đình?
- Làm thế nào doanh nghiệp có thể đảm bảo các ưu tiên của chiến lược đầu tư luôn phù hợp với giá trị của gia đình, đặc biệt là các giá trị của các nhà lãnh đạo doanh nghiệp?

- Làm thế nào doanh nghiệp có thể đảm bảo tính minh bạch trong hoạt động thiện nguyện của mình?
- Doanh nghiệp tạo ra giá trị chung như thế nào thông qua hoạt động đầu tư chiến lược? Nói cách khác, các khoản đầu tư của doanh nghiệp có tạo ra giá trị kinh tế, đồng thời giải quyết các vấn đề xã hội hay không?
- Doanh nghiệp có sẵn sàng cân nhắc xem hoạt động đầu tư có thực sự giúp củng cố các giá trị chung hay không và nếu không, liệu doanh nghiệp có chuyển hoạt động đầu tư đó không?

Chú thích

1. Bernice Napach, “[Blackrock Adopts New Investing Framework Due to Pandemic](https://www.thinkadvisor.com/30/6/2020),” [www.thinkadvisor.com](https://www.thinkadvisor.com/30/6/2020), 30/6/2020.
2. [Special section: Philanthropic support of coronavirus \(COVID-19\)](https://www.candid.org), www.candid.org, ngày 30/7/2020.
3. Ibid
4. [Advancing environmental, social, and governance investing](https://www.deloitte.com), Deloitte, 2020.
5. Jim Stengel, “[Why Purpose](https://www.jimstengel.com),” [www.JimStengel.com](https://www.jimstengel.com), ngày 21/9/2020.
6. [The Deloitte Global Millennial Survey 2020](https://www.deloitte.com), Deloitte, tháng 6/2020.
7. [2020 National Family Office Forum Report](https://www.deloitte.com), Deloitte, tháng 2/2020.

Lãnh đạo tư vấn DNGĐ toàn cầu

William Chou

Deloitte Trung Quốc
wilchou@deloitte.com.cn

Andrea Circi

Deloitte Italy
acirci@sts.deloitte.it

Frank Leggio

Deloitte Hoa Kỳ
fleggio@deloitte.ca

Michelle Osry

Deloitte Canada
mosry@deloitte.ca

Lãnh đạo tư vấn DNGĐ

tại **Đông Nam Á**

Richard Loi

Deloitte Singapore
rloi@deloitte.com

Lãnh đạo tư vấn DNGĐ tại Việt Nam

Madam Hà Thu Thanh

Chủ tịch HĐQT
Deloitte Việt Nam
hthanh@deloitte.com

Bùi Tuấn Minh

Phó Tổng Giám đốc
Deloitte Việt Nam
mbui@deloitte.com

Phạm Đình Huỳnh

Giám đốc
Deloitte Việt Nam
huynhpham@deloitte.com

Tên Deloitte được dùng để chỉ một hoặc nhiều thành viên của Deloitte Touche Tohmatsu Limited (“DTTL” hay “Deloitte Toàn cầu”), và mạng lưới các hãng thành viên trên toàn cầu (gọi chung là Tổ chức Deloitte). DTTL và mỗi thành viên trực thuộc là một pháp nhân riêng biệt và độc lập về mặt pháp lý, không bị ràng buộc lẫn nhau đối với các bên thứ ba. DTTL và mỗi thành viên trực thuộc chỉ chịu trách nhiệm cho hành vi và thiếu sót của mình, chứ không phải chịu trách nhiệm lẫn nhau. DTTL không cung cấp dịch vụ cho các khách hàng. Vui lòng xem tại www.deloitte.com/about để biết thêm thông tin chi tiết.

Deloitte Châu Á Thái Bình Dương là một hãng thành viên của Deloitte Toàn cầu. Các thành viên và các đơn vị trực thuộc của Deloitte Châu Á Thái Bình Dương cung cấp dịch vụ cho khách hàng tại hơn 100 thành phố trong khu vực, bao gồm Auckland, Bangkok, Bắc Kinh, Hà Nội, Hồng Kông, Jakarta, Kuala Lumpur, Manila, Melbourne, Osaka, Seoul, Thượng Hải, Singapore, Sydney, Đài Bắc và Tokyo. Tại các nước thành viên, các hoạt động kinh doanh được thực hiện độc lập bởi các pháp nhân riêng biệt.

Deloitte Việt Nam

Tại Việt Nam, dịch vụ chuyên ngành được cung cấp bởi từng pháp nhân riêng biệt, và chi nhánh của pháp nhân đó, được gọi chung là Deloitte Việt Nam.

Tài liệu này chỉ chứa đựng những thông tin chung và nhằm mục đích tham khảo, do vậy, không một hãng Deloitte Touche Tohmatsu Limited, hay bất kỳ một hãng thành viên hay công ty con (sau đây được gọi chung là “Tổ chức Deloitte”) và các nhân viên của họ được xem là, trong phạm vi nội dung của tài liệu này, cung cấp dịch vụ hay đưa ra những ý kiến, tư vấn về chuyên môn cho người đọc. Tài liệu này không cấu thành ý kiến tư vấn đối với người đọc và sẽ không ảnh hưởng đến các ý kiến tư vấn khác do bất kỳ nhân viên của Tổ chức Deloitte cung cấp. Những thông tin thể hiện trong tài liệu này không áp dụng đối với các trường hợp riêng biệt của doanh nghiệp. Trước khi đưa ra bất kỳ một quyết định hay hành động nào có thể ảnh hưởng tới tình hình tài chính hoặc hoạt động kinh doanh, người đọc nên tham khảo ý kiến chuyên gia tư vấn.

Không có tuyên bố, bảo đảm hoặc cam kết nào (rõ ràng hay ngụ ý) được đưa ra về tính chính xác hoặc tính đầy đủ của thông tin trong tài liệu này, và không một hãng thành viên nào thuộc mạng lưới các công ty Deloitte chịu trách nhiệm đối với bất kỳ thiệt hại, tổn thất xảy ra trực tiếp hay gián tiếp do kết quả của việc người đọc sử dụng, công bố, phát tán ra bên ngoài hoặc dựa vào tài liệu này để hành động, không hành động hoặc ra bất kỳ quyết định nào. DTTL và mỗi thành viên là một pháp nhân riêng biệt và độc lập về mặt pháp lý.