BÁO CÁO BỀN VỮNG CỦA DOANH NGHIỆP

SUSTAINABILITY REPORTS[1]

Trần Thị Hiền[2]
Nguyễn Thị Thảo[3]
Phạm Hà Phương[4]

Tóm tắt

Báo cáo phát triển bền vững là thông lệ đo đếm, công bố và chịu trách nhiệm của doanh nghiệp trước các bên liên quan về các hoạt động của mình hướng đến phát triển bền vững. Để góp phần tối ưu hóa lợi ích của các hoạt động kinh doanh bền vững, doanh nghiệp cần công bố thông tin về phát triển bền vững ra công chúng, nhằm đạt được sự thừa nhận từ bên ngoài và tăng cường sự minh bạch thông tin của doanh nghiệp. Do đó, báo cáo phát triển bền vững ra đời và ngày càng được các doanh nghiệp quan tâm.

Từ khóa: *Báo cáo phát triển bền vững, Kinh tế, Xã hội, Môi trường*

Abstract

A company prepares and issues sustainability reports as means of communication on how the company measures, reports their business activities towards the sustainable goals and is accountable to stakeholders. This is partially to optimize the benefits of sustainable business activities. While maintaining the reputation for accountability, companies should disclose the information on sustainable business to gain the goodwill of the public. This is the justifications for the fact that an increasing number of companies take interest in sustainability reporting.

---

[1] Sản phẩm này là kết quả của Nhóm nghiên cứu Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp thuộc trường Đại học Ngoại thương

[2] Trường Đại học Ngoại thương, Email: hientran@ftu.edu.vn
[3] Trường Đại học Ngoại thương, Email: nguyenthao9909@gmail.com
[4] Trường Đại học Ngoại thương, Email: phamhaphuong1995@gmail.com

Key words: *Sustainability reports, Economy, Society at large, Environment*

1. Lời mở đầu

Trong thập niên 70 của thế kỉ XX, các nhà nghiên cứu và các nhà quản lý bắt đầu quan tâm hơn đến việc doanh nghiệp báo cáo về trách nhiệm xã hội trong môi trường kinh doanh (Kolk, 2003, 2005). Ở giai đoạn này, nhiều doanh nghiệp ở các nước phát triển có xu hướng đưa thêm kết quả hoạt động xã hội vào báo cáo tài chính (Kolk, 2005; Hahn và Kühnen, 2013). Mặc dù trào lưu này sau đó đã lắng xuống nhưng chủ đề liên quan đến báo cáo thông tin phi tài chính của doanh nghiệp một lần nữa nổi lên vào cuối thập niên 1980 do sự chú ý của các bên liên quan và những sức ép từ phía các tổ chức phi chính phủ đối với doanh nghiệp về vấn đề môi trường. Eastman Kodak và Norsk Hydro được cho là là hai công ty đi đầu phát hành báo cáo riêng về môi trường năm 1989. Sự kiện này đã mở ra một xu hướng mới trong báo cáo kết quả hoạt động về môi trường, xã hội hay kết quả liên quan đến tính bền vững của doanh nghiệp (Kolk, 2005). Kể từ giữa thập niên 1990, các doanh nghiệp đã lập báo cáo bền vững dưới nhiều hình thức báo cáo khác nhau như báo cáo trách nhiệm xã hội, báo cáo gồm bộ ba thông tin về kinh tế-xã hội-môi trường tích hợp vào báo cáo thường niên. Cùng với sự quan tâm ngày càng gia tăng của cộng đồng quốc tế về phát triển bền vững, các tổ chức quốc tế như Sáng kiến Báo cáo Toàn cầu – GRI, Hội đồng Báo cáo tổng hợp quốc tế - IIRC, tổ chức Hiệp ước toàn cầu của Liên Hợp Quốc – UNGC và các tiêu chuẩn quốc tế như ISO 14001, ISO 26000 ra đời nhằm nâng cao nhận thức và thúc đẩy phát triển bền vững của doanh nghiệp nói riêng và xã hội nói chung.

Những nghiên cứu về báo cáo bền vững dựa trên top 250 công ty theo bảng xếp hạng của Fortune trong nhiều năm đã cho thấy dấu hiệu phát triển nhanh chóng của báo cáo bền vững (Kolk, 2003, 2004, 2005). Theo số liệu thống kê của GRI năm 2014, đã có hơn 65 quốc gia tham gia thực hiện báo cáo bền vững, trong đó các quốc gia có số lượng công ty tham gia nhiều nhất là Úc, Bra-xin, Trung Quốc, Ấn Độ, Nam Phi và Mỹ (theo Hội đồng doanh nghiệp vì sự phát triển bền vững Việt Nam - VBCSD, 2014). Bài báo

này lý giải vì sao doanh nghiệp cần lập báo cáo phát triển bền vững và đưa ra những thông tin tổng quan về báo cáo phát triển bền vững của doanh nghiệp.

2. Định nghĩa về phát triển bền vững và sự bền vững của doanh nghiệp

Thuật ngữ "phát triển bền vững" lần đầu tiên xuất hiện trong Chiến lược Bảo tồn Thế giới do Liên minh Quốc tế Bảo tồn Thiên nhiên và Tài nguyên thiên nhiên (IUCN) đề xuất năm 1980. Mục tiêu chung của Chiến lược này là "để đạt được sự phát triển bền vững bằng cách bảo tồn nguồn sinh vật sống" (Lele, 1991; Hopwood và các tác giả, 2005; và Redclift, 2005). Tuy nhiên, thuật ngữ "phát triển bền vững" ở đây tập trung chủ yếu vào tính bền vững của sự phát triển sinh thái, kêu gọi con người bảo tồn các nguồn tài nguyên sinh vật.

Năm 1987, Ủy ban Brundtland hay còn có tên chính thức là Ủy ban Môi trường và Phát triển Thế giới (WCED), lần đầu tiên đưa ra một định nghĩa tương đối đầy đủ về phát triển bền vững trong bản báo cáo "Tương lai chung của chúng ta":

"*Phát triển bền vững là sự phát triển có thể đáp ứng được những nhu cầu hiện tại mà không ảnh hưởng, tổn hại đến những khả năng đáp ứng nhu cầu của các thế hệ tương lai". Trong đó bao gồm hai khái niệm then chốt:*

- *Khái niệm về "nhu cầu", đặc biệt nhu cầu thiết yếu của những người nghèo trên thế giới cần được ưu tiên hàng đầu; và*
- *Khái niệm của sự giới hạn mà tình trạng hiện tại của khoa học kỹ thuật và sự tổ chức xã hội áp đặt lên khả năng đáp ứng của môi trường nhằm thỏa mãn nhu cầu hiện tại và tương lai.*

Tương tự với định nghĩa về phát triển bền vững của WCED (1987), nhìn từ góc độ kinh doanh, sự bền vững của doanh nghiệp, vốn là một khái niệm hẹp hơn về phát triển bền vững, được định nghĩa là "đáp ứng nhu cầu của các bên liên quan trực tiếp và gián tiếp của doanh nghiệp (như cổ đông, người lao động, khách hàng, cộng đồng,...) nhưng không làm ảnh hưởng đến khả năng đáp ứng nhu cầu của các bên liên quan về lợi ích trong tương lai" (Dyllick và Hockerts, 2002). Hay nói cách khác, nếu doanh nghiệp muốn

kinh doanh bền vững thì cần chú ý đến hiệu quả hoạt động về cả ba khía cạnh kinh tế, xã hội và môi trường. Quan điểm này được dựa trên học thuyết Triple Bottom Line của Elkington (1997) (Hahn và Kühnen, 2013). Soppe (2007) lại cho rằng sự bền vững của doanh nghiệp là "khả năng tạo ra giá trị lâu dài của một doanh nghiệp bằng cách chấp nhận rủi ro và nắm bắt cơ hội từ sự phát triển kinh tế, môi trường và xã hội" (trích dẫn bởi Drivdal, 2015). Popa và các tác giả (2009) đưa ra quan điểm sự bền vững của doanh nghiệp duy trì ở bốn yếu tố cụ thể: bảo vệ môi trường, cân bằng xã hội, thúc đẩy công lý và phát triển kinh tế.

3. Báo cáo bền vững

Thực hiện chiến lược phát triển bền vững, hướng tới hài hòa hóa mối quan hệ lợi ích giữa các bên liên quan về lợi ích với doanh nghiệp là chiến lược thiết yếu đối với thành công trong dài hạn của doanh nghiệp. Tuy nhiên, để góp phần làm tăng giá trị của doanh nghiệp và tối ưu hóa lợi ích của các hoạt động kinh doanh bền vững, các doanh nghiệp cần công bố thông tin về phát triển bền vững ra công chúng, nhằm đạt được sự thừa nhận từ bên ngoài và tăng cường sự minh bạch thông tin của doanh nghiệp. Do đó, báo cáo phát triển bền vững, hay còn được gọi tắt là báo cáo bền vững, ra đời và ngày càng được các doanh nghiệp trên thế giới quan tâm và chú trọng.

3.1 Định nghĩa về báo cáo bền vững

Hiện tại, chưa có một định nghĩa thống nhất nào về báo cáo bền vững hay còn có thể gọi là báo cáo phát triển bền vững. Theo GRI (2013), báo cáo bền vững giúp "quá trình hỗ trợ các công ty trong việc thiết lập mục tiêu, đo lường hiệu suất và quản lý sự thay đổi đối với nền kinh tế toàn cầu bền vững - kết hợp lợi nhuận lâu dài với trách nhiệm xã hội và chăm sóc môi trường. Báo cáo bền vững - chủ yếu thực hiện dưới hình thức báo cáo bền vững riêng, là nền tảng chính để công bố hiệu quả kinh tế, môi trường, xã hội và quản trị của công ty, phản ánh những tác động tích cực và tiêu cực". Theo Đoạn 47 của Nhóm Những người bạn (Group of Friends of Paragraph 47), được thành lập bởi chính phủ các nước Brazil, Denmark, Pháp và Nam Phi cùng nhau cam kết thực hiện báo cáo phát triển bền vững, lại nhấn mạnh "báo cáo bền vững là việc công bố thông tin liên quan

đến những tác động và hiệu quả kinh tế, xã hội, môi trường và quản trị của một công ty. Báo cáo bền vững là một phương thức quan trọng để tuyên bố trách nhiệm của doanh nghiệp và chứng minh giá trị kinh tế lâu dài của công ty".

Như vậy, báo cáo bền vững được xây dựng nhằm đánh giá và công bố thông tin về hoạt động của doanh nghiệp dựa trên yếu tố môi trường và xã hội, bên cạnh các thông tin truyền thống về hoạt động tài chính và quản trị. Nhìn chung, báo cáo bền vững là thông lệ đo đếm, công bố và chịu trách nhiệm của doanh nghiệp trước các bên liên quan về các hoạt động của mình hướng đến phát triển bền vững (VBCSD, 2014).

Các nhà nghiên cứu cho rằng báo cáo bền vững cũng giống các loại báo cáo phi tài chính khác như báo cáo xã hội, báo cáo môi trường, báo cáo trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp. Đây đều là những báo cáo giúp doanh nghiệp đảm bảo thông tin về trách nhiệm của doanh nghiệp với các bên liên quan (Amran và Haniffa, 2011). Đặc biệt báo cáo bền vững có mối liên quan với báo cáo trách nhiệm xã hội doanh nghiệp vì đều mang yếu tố tự nguyện (Burhan và Rahmanti, 2012).

3.2 Xu hướng gia tăng báo cáo bền vững

Các công trình nghiên cứu của Kolk đã cho thấy số lượng báo cáo bền vững của top 250 công ty trên thế giới theo bình chọn của Fortune Global đã tăng từ 13% năm 1993 đến 41% năm 2005. Theo các cuộc khảo sát của KPMG trên toàn thế giới, năm 2011 có 95% công ty trong tổng số 250 công ty đa quốc gia lớn nhất thế giới thực hiện báo cáo bền vững. Tuy nhiên, số lượng công ty đã giảm nhẹ xuống còn 92% sau bốn năm (KPMG, 2011, 2015). Nhìn chung, các kết quả đều chứng minh được số lượng công ty trong top 250 của Fortune Global lập báo cáo bền vững đang tăng nhanh chóng ở thế kỉ 21. Mặc dù vậy, số công ty lập báo cáo bền vững chỉ chiếm một phần nhỏ trong tổng số hơn 82,000 công ty đa quốc gia và các doanh nghiệp vừa và nhỏ trên thế giới (Van Wensen và các tác giả, 2011).

Nếu xét xu hướng báo cáo bền vững dựa theo từng ngành của 250 công ty đa quốc gia lớn nhất thế giới thì báo cáo bền vững ở các công ty tài chính tăng khá nhanh qua các năm, từ 22% năm 2002 đến 57% năm 2005. Tuy nhiên, báo cáo bền vững có mức độ phổ

biến nhất trong các ngành phi tài chính như sản xuất, kỹ thuật và khai khoáng. Ngoài ra cũng có thể thấy được sự phát triển nhanh chóng của báo cáo bền vững trong các ngành tiện ích, truyền thông, công nghệ thông tin và điện tử. Nếu dựa theo mức độ phát triển của các quốc gia, nhìn chung báo cáo bền vững đang trở nên phổ biến hơn ở tất cả các quốc gia, đặc biệt ở các nước phát triển ngoại trừ Mỹ không thấy nhiều sự thay đổi. Năm 2002, các công ty ở Nhật và Châu Âu là các công ty hoạt động tích cực nhất trong việc thực hiện báo cáo này trong khi các công ty ở Pháp và Hàn Quốc vẫn hoạt động ở tần suất thấp (Kolk, 2003, 2004, 2005).

Theo báo cáo khảo sát năm 2014 của Hội đồng Doanh nghiệp vì sự phát triển bền vững Việt Nam - VBCSD với sự tham gia của hơn 150 doanh nghiệp lớn của Việt Nam đại diện cho các ngành năng lượng, sản xuất và kinh doanh, 38,73% doanh nghiệp trả lời họ có lập báo cáo bền vững. Tuy nhiên sau khi đối chiếu với các câu hỏi khác trong bài khảo sát, VBCSD thấy rằng thực tế chỉ có khoảng 3,90% doanh nghiệp thực sự đã lập báo cáo bền vững. Mặc dù báo cáo bền vững ở Việt Nam vẫn chỉ ở mức thấp nhưng một nửa doanh nghiệp trong khảo sát khẳng định rằng họ đang có kế hoạch lập báo cáo bền vững và sẵn sàng sử dụng nguồn nhân lực có sẵn của mình để thực hiện. Điều này cho thấy báo cáo bền vững có khả năng phát triển ở Việt Nam trong tương lai gần và có thể bắt kịp được với xu hướng phát triển chung của thế giới.

3.3 Lý do doanh nghiệp cần lập báo cáo bền vững

Dựa trên những nghiên cứu và phân tích nhiều học thuyết kinh tế, bao gồm học thuyết về các bên liên quan (Freeman, 1984), học thuyết về sự hợp pháp (Suchman, 1995) và học thuyết về thể chế (Scott, 1995), Searcy và Buslovich (2014) cho rằng có nhiều động cơ khác nhau thúc đẩy các doanh nghiệp lập báo cáo bền vững. Trong đó, lý do quan trọng nhất là "vì danh tiếng và bảo vệ thương hiệu công ty" (Brown và các tác giả, 2009). Công bố những hoạt động và chiến lược kinh doanh hướng tới phát triển bền vững sẽ giúp doanh nghiệp đạt được sự thừa nhận từ bên ngoài, chiếm được niềm tin của công chúng và nhà đầu tư về sự phát triển bền vững của doanh nghiệp. Một nghiên cứu được thực hiện bởi Trung tâm Quyền công dân doanh nghiệp của Đại học Boston và công

ty Ernst & Young (EY) năm 2013 đã chứng minh rằng hơn một nửa số công ty trong cuộc khảo sát đã lập báo cáo bền vững do nâng cao danh tiếng của công ty. Đây có thể được xem như một hình thức quảng bá thương hiệu hiệu quả. Báo cáo bền vững có thể giúp các doanh nghiệp lập chiến lược xây dựng thương hiệu, xây dựng niềm tin, tiếp cận người tiêu dùng và bảo đảm giấy phép hoạt động. Đa số các chuyên gia khẳng định rằng cách hiệu quả nhất để quảng bá danh tiếng là nâng cao tính minh bạch (EY, 2013).

Về những lợi ích nội bộ, báo cáo bền vững giúp các công ty và tổ chức hiểu rõ hơn về rủi ro và cơ hội, cải thiện các quy trình và hệ thống, giảm chi phí, nhấn mạnh mối quan hệ giữa hoạt động tài chính và phi tài chính, v.v. Các lợi ích của báo cáo tính bền vững liên quan tới môi trường bên ngoài công ty có thể bao gồm xử lý các ảnh hưởng tiêu cực về xã hội, môi trường và quản trị, xây dựng lòng tin, giúp các bên liên quan hiểu rõ giá trị thực tế của tổ chức, tài sản hữu hình và vô hình, chứng minh mối quan hệ giữa doanh nghiệp và mong muốn phát triển bền vững (GRI, 2013a).

Bên cạnh đó, lợi ích tăng mức độ trung thành của người lao động chiếm tỷ lệ cao thứ hai trong cuộc khảo sát này. Báo cáo bền vững không chỉ ảnh hưởng đến các bên liên quan về lợi ích của doanh nghiệp mà còn có ảnh hưởng lớn đến tinh thần và năng suất làm việc của nhân viên. Crifo và Forget (2012) cho rằng cam kết về trách nhiệm của công ty có liên quan tích cực đến năng suất của nhân viên (EY, 2013). Các lợi ích khác của báo cáo bền vững mà EY đề cập đến là tiếp cận với vốn, đổi mới, giảm chất thải và quản trị rủi ro. Ngoài ra, đối phó với những sức ép từ công chúng (Adams, 2002), để nghiên cứu một chiến lược độc đáo cho công ty (Bebbington và các tác giả, 2009) cũng là các lý do cho hoạt động lập báo cáo bền vững.

Kolk (2010) cho rằng các lý do lập báo cáo nhìn chung liên quan tới các mục tiêu của công ty như để hoàn thành tiến độ bằng những mục tiêu cụ thể, để truyền đạt rõ ràng các thông điệp của doanh nghiệp đối với các đơn vị trong và ngoài công ty và để đảm bảo với xã hội rằng "giấy phép hoạt động" xã hội đã trao cho doanh nghiệp là phù hợp. Ngoài những lý do nội bộ, các doanh nghiệp còn quan tâm đến những yếu tố xã hội như môi trường, mức độ tin cậy và danh tiếng của công ty. Tuy nhiên một số công ty khác cho

rằng họ không cần thiết phải lập báo cáo do họ chưa thực sự chắc chắn về những lợi ích mà báo cáo bền vững mang lại, do chi phí thực hiện cao và do những ảnh hưởng xấu đến danh tiếng công ty.

3.4 Nội dung của báo cáo bền vững

Theo Kolk (2005) một số công ty đã bổ sung thêm một số thông tin về xã hội và thậm chí bao gồm cả thông tin tài chính trong các báo cáo về môi trường. Các công ty thường có xu hướng sử dụng loại báo cáo kết hợp các vấn đề về xã hội, môi trường và tài chính – hay còn được gọi là báo cáo tích hợp - thay vì lập từng loại báo cáo riêng. Các chủ đề được thảo luận nhiều nhất trong báo cáo bền vững chủ yếu về sức khỏe và an toàn lao động, quan hệ lao động và hoạt động từ thiện. Ngoài ra các doanh nghiệp đang có xu hướng quan tâm đến quản trị và các vấn đề về pháp lý. Phần lớn các công ty trong khảo sát của Kolk (2005) đã đưa mục quản trị doanh nghiệp vào báo cáo thường niên cũng như báo cáo bền vững riêng. Mặc dù có nhiều vấn đề được đề cập đến nhưng phần lớn các công ty coi công bố thông tin về môi trường, xã hội và quản trị (environment, social and governance disclosure - ESG) như những phần chính của báo cáo bền vững (UNEP, 2013).

Theo Ganda và Ngwakwe (2013), môi trường, xã hội và quản trị là ba yếu tố chính để đánh giá tính bền vững và có ảnh hưởng hữu cơ đến công ty. Lý do được đưa ra là do công bố thông tin về môi trường, xã hội và quản trị tập trung vào những rủi ro và cơ hội lâu dài trong chiến lược đầu tư (Kocmanová và Simberova, 2014).

Công bố thông tin về môi trường liên quan đến vấn đề bảo vệ môi trường, mức độ tiêu thụ nguồn tài nguyên và môi trường tự nhiên. Có rất nhiều nghiên cứu trước đây cho ra kết quả khác nhau về mối quan hệ giữa kết quả hoạt động của công ty và việc công bố thông tin về môi trường. Ví dụ, sử dụng chỉ số công bố thông tin dựa trên bộ hướng dẫn của GRI, Clarkson và các tác giả (2008) kết luận mức độ công bố thông tin môi trường có ảnh hưởng tích cực với hiệu quả môi trường. Một nghiên cứu khác của Plumlee và các tác giả (2015) dùng bộ hướng dẫn của GRI để chứng minh mối quan hệ giữa chất lượng

của công bố thông tin môi trường và giá trị của doanh nghiệp thông qua nghiên cứu dòng tiền dự kiến trong tương lai và chi phí vốn của các công ty.

Công bố thông tin về xã hội chủ yếu tập trung vào tính đa dạng trong môi trường làm việc, quyền con người, tham gia các hoạt động cộng đồng như đóng góp và tài trợ, bảo vệ người tiêu dùng và phúc lợi (Ganda và Ngwakwe, 2013). Đối với công bố thông tin về xã hội, các công ty có thể xây dựng những nhận thức tích cực nhờ ảnh hưởng của cộng đồng đối với công ty và các hoạt động của công ty.

Công bố thông tin về quản trị thường đề cập đến làm thế nào công ty giải quyết và báo cáo những vấn đề về quản trị, đánh giá chất lượng và hệ thống quản trị, giúp công ty phát triển bền vững. Công bố thông tin về quản trị đóng vai trò quan trọng nhằm tăng độ tin cậy đối với các nhà đầu tư, giảm chi phí môi giới và giảm tính tương đương giữa các yếu tố bền vững (Ganda và Ngwakwe, 2013). Tương tự như công bố thông tin về môi trường, công bố thông tin về quản trị có mối quan hệ mật thiết với giá trị của doanh nghiệp (Black, 2001; Black và các tác giả, 2006; Durnev và Kim, 2005; Garay và Gonzalez, 2008; và Ben, 2014).

Nhằm mở rộng và làm rõ phạm vi của báo cáo bền vững, nhiều tổ chức quốc tế đã xây dựng khung báo cáo bền vững bằng những tiêu chuẩn và thông lệ. Ví dụ, Tổ chức Hiệp ước Toàn cầu của Liên Hiệp Quốc (UNGC) nhấn mạnh hiệu quả hoạt động xã hội ở quyền con người, lực lượng lao động và chống tham nhũng. Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế (OECD) cũng đã ban hành những thông lệ tự nguyện trong tài liệu "Hướng dẫn cho các doanh nghiệp đa quốc gia" về trách nhiệm như quyền con người và những vấn đề biến đổi khí hậu. Ngoài ra, tiêu chuẩn ISO 26000 cũng đưa ra những khuyến nghị về trách nhiệm xã hội doanh nghiệp liên quan đến trách nhiệm của doanh nghiệp đối với xã hội và môi trường cũng như các vấn đề nội bộ.

Trong "Những câu hỏi thường gặp về báo cáo bền vững doanh nghiệp", UNEP (2013) đã liệt kê những loại thông tin thường được doanh nghiệp đưa vào báo cáo bền vững như sau:

- *Mức tiêu thụ các nguồn phi tài chính như năng lượng, nhiên liệu hóa thạch, nước, sản phẩm lâm nghiệp, v.v.;*
- *Mức độ xả chất thải và chất gây ô nhiễm, như chất thải được đưa đến bãi chôn lấp, phát thải khí nhà kính, xả nước thải, v.v.;*
- *Những rủi ro và cơ hội, ví dụ như liên quan tới biến đổi khí hậu, thiếu nguồn nhiên liệu, nhu cầu sản xuất sản phẩm mới, quy định liên quan đến chương trình nghị sự bền vững và khả năng phục hồi của chuỗi cung ứng;*
- *Tham gia các nhóm cộng đồng địa phương và tổ chức phi chính phủ đem lại lợi ích cho xã hội;*
- *Các chính sách, cam kết và vị trí của công ty để giải quyết vấn đề liên quan đến tính bền vững doanh nghiệp;*
- *Đổi mới trong sản xuất sản phẩm và dịch vụ hỗ trợ chương trình nghị sự bền vững;*
- *Thẩm định về nhân quyền;*
- *Quản trị công ty;*
- *Quản lý nguồn nhân lực;*
- *Những vấn đề xã hội;*
- *Chính sách chống tham nhũng;*
- *Mục tiêu và kết quả liên quan đến sự bền vững, hệ thống quản lý và các cam kết tham gia của các bên liên quan nhằm đánh giá và hoàn thành tiến độ của những mục tiêu đó.*

Một trong những tiêu chuẩn quốc tế phổ biến nhất đang được áp dụng cho công bố báo cáo phát triển bền vững là bộ tiêu chuẩn GRI G4 của Tổ chức Sáng kiến Toàn cầu (GRI). Tiêu chuẩn G4 của GRI được công bố vào tháng 5 năm 2013 với mục đích giúp những người làm báo cáo hoàn thành báo cáo bền vững và "đưa ra các tiêu chuẩn thực hành mạnh mẽ và có mục đích báo cáo phát triển bền vững". Xu hướng này cũng tương

tự xu hướng của các công ty Nhật Bản trong thập niên này. Trong một báo cáo của Viện Nghiên cứu Quản lý Kinh tế Trung ương năm 2014, "Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp: Kinh nghiệm từ Nhật Bản", GRI là tiêu chuẩn để báo cáo CSR được các doanh nghiệp tại Nhật Bản sử dụng rộng rãi nhất (55%), khi so sánh với các tiêu chuẩn khác. Lý do được đưa ra để giải thích xu hướng này ở Nhật Bản là vì các doanh nghiệp mong muốn đạt được sự thừa nhận từ bên ngoài khi họ công bố hoạt động CSR trong báo cáo và trên website công ty. Tiêu chuẩn này đề cập rất chi tiết tới các vấn đề liên quan tới phát triển bền vững với hai nhóm: công bố các tiêu chuẩn chung và công bố các tiêu chuẩn riêng. Tiêu chuẩn chung đề cập đến 57 chỉ số (indicators) thuộc các nhóm thông tin như chiến lược và phân tích, thông tin tổ chức, những cam kết đối với những sáng kiến từ bên ngoài, sự tham gia của các bên liên quan về lợi ích, các chỉ số nội dung GRI, sự đảm bảo (assurance), quản trị doanh nghiệp, đạo đức và sự liêm chính. Trong danh sách tiêu chuẩn riêng, GRI G4 đề cập tới các khía cạnh: Kinh tế (gồm các mặt kết quả hoạt động về mặt kinh tế, mức độ phủ sóng thị trường, các ảnh hưởng kinh tế gián tiếp và hoạt động mua sắm); Môi trường, bao gồm công bố thông tin về các mặt nguyên vật liệu, năng lượng, nước, đa dạng sinh thái, phát thải, rác thải, sản phẩm và dịch vụ tác động tới môi trường, sự tuân thủ pháp luật về bảo vệ môi trường, vận tải, đánh giá các nhà cung cấp dựa trên những ảnh hưởng tới môi trường; Xã hội bao gồm các vấn đề thông lệ lao động và công việc tốt (tạo việc làm, quan hệ quản lý-người lao động, an toàn và sức khỏe nghề nghiệp, giáo dục-đào tạo, cơ hội công bằng và đa dạng, trả công công bằng giữa nam và nữ..), quyền con người, trách nhiệm xã hội, trách nhiệm sản phẩm. Nhìn chung, tiêu chuẩn GRI xây dựng rất chi tiết các khía cạnh và yếu tố liên quan tới tính bền vững trong hoạt động kinh doanh, được khuyến khích áp dụng cho việc lập báo cáo bền vững của doanh nghiệp. Các doanh nghiệp lớn tại Việt Nam cũng đang có xu hướng áp dụng tiêu chuẩn này trong lập báo cáo bền vững, tiêu biểu như Vinamilk, Bảo Việt. Tuy nhiên, khi so sánh với bảng tiêu chuẩn đầy đủ của GRI, các báo cáo của doanh nghiệp Việt Nam còn tương đối sơ sài, chưa đầy đủ và toàn diện.

Theo khảo sát năm 2014 của Hội đồng Doanh nghiệp vì sự phát triển bền vững Việt Nam (VBCSD) ở hơn 150 doanh nghiệp điển hình đại diện cho các ngành năng lượng và sản xuất ở Việt Nam, đa số các doanh nghiệp lớn ở Việt Nam nhận thấy được những lợi ích mà báo cáo bền vững mang lại và mong muốn có thể lập báo cáo bền vững trong tương lai. Tuy nhiên, các doanh nghiệp Việt Nam hiện nay chưa thực hiện báo cáo bền vững cũng như chưa có những hiểu biết đầy đủ về báo cáo bền vững. Chính vì vậy, dựa trên việc đưa ra những lý do thúc đẩy thực hiện và những thông tin, tiêu chí trong lập báo cáo bền vững, nhóm tác giả hy vọng nâng cao nhận thức và hiểu biết của các doanh nghiệp Việt Nam về báo cáo bền vững; đồng thời tăng cường công bố thông tin về doanh nghiệp phát triển bền vững nhằm đạt được sự công nhận về chất lượng báo cáo từ công chúng và các tổ chức quốc tế.

4. Kết luận

Sự ra đời của báo cáo bền vững là xu thế tất yếu trong bối cảnh thế giới đang ngày càng quan tâm tới phát triển bền vững. Ở phạm vi doanh nghiệp, việc thực hiện và báo cáo thực hiện các hoạt động về kinh tế, xã hội và môi trường mang lại những lợi ích lâu dài về quản trị thương hiệu, tăng tính minh bạch, xây dựng niềm tin với cổ đông và công chúng, góp phần đảm bảo thành công trong dài hạn của doanh nghiệp, để hướng tới doanh nghiệp phát triển bền vững. Chính vì vậy, bên cạnh các hoạt động kinh doanh bền vững, doanh nghiệp lập và công bố báo cáo bền vững để tối ưu hóa những mục tiêu trên. Do đó, doanh nghiệp Viêt Nam áp dụng các tiêu chuẩn quốc tế vào lập báo cáo bền vững sẽ nâng cao chất lượng báo cáo, đạt hiệu quả quảng bá và xây dựng niềm tin vào thương hiệu doanh nghiệp, đồng thời góp phần định hướng doanh nghiệp xây dựng chiến lược kinh doanh bền vững.

Tài liệu tham khảo

1. Bebbington, J., Higgins, C. & Frame, B. (2009), "Initiating sustainable development reporting: evidence from New Zealand", *Accounting, Auditing & Accountability Journal,* 22**,** 588-625.

2. Brown, H. S., De Jong, M. & Levy, D. L. (2009), "Building institutions based on information disclosure: lessons from GRI's sustainability reporting", *Journal of cleaner production,* 17**,** 571-580.
3. Burhan, A. H. N. & Rahmanti, W. (2012), "The impact of sustainability reporting on company performance", *Journal of Economics, Business & Accountancy Ventura,* 15**,** 257-272.
4. Clarkson, P. M., Li, Y., Richardson, G. D. & Vasvari, F. P. (2008), "Revisiting the relation between environmental performance and environmental disclosure: An empirical analysis", *Accounting, organizations and society,* 33**,** 303-327.
5. Ganda, F. & Ngwakwe, C. C. (2013), "The contribution of environmental, social, and governance disclosure to a sustainable economy", *Korean Social Science Journal,* 40**,** 21-37.
6. Hahn, R. & Kühnen, M. (2013), "Determinants of sustainability reporting: a review of results, trends, theory, and opportunities in an expanding field of research", *Journal of Cleaner Production,* 59**,** 5-21.
7. Kocmanová, A. & Simberova, I. (2014), "Determination of environmental, social and corporate governance indicators: framework in the measurement of sustainable performance", *Journal of Business Economics and Management,* 15**,** 1017-1033.
8. Kolk, A. (2004), "A decade of sustainability reporting: developments and significance", *International Journal of Environment and Sustainable Development,* 3**,** 51-64.
9. Lozano, R. & Huisingh, D. (2011), "Inter-linking issues and dimensions in sustainability reporting", *Journal of Cleaner Production,* 19**,** 99-107.
10. Searcy, C. & Buslovich, R. (2014), "Corporate perspectives on the development and use of sustainability reports", *Journal of Business Ethics,* 121**,** 149-169.