Thực trạng công bố thông tin phát triển bền vững của doanh nghiệp niêm yết Việt Nam

NGUYỄN THỊ LIÊN HƯƠNG*

Phát triển bền vững (PTBV) doanh nghiệp hiện nay đang là xu thế tất yếu trên toàn thế giới. Tại Việt Nam, các cơ quan quản lý nhà nước, cũng như các doanh nghiệp đang có những bước tiến trong việc triển khai các hoạt động nhằm hướng tới mục tiêu PTBV. Bài viết trình bày về thực trạng công bố thông tin PTBV doanh nghiệp, nghiên cứu tại 484 doanh nghiệp niêm yết Việt Nam, giai đoạn 2014-2019, từ đó đưa ra các khuyến nghị cho Nhà nước trong việc hoàn thiện khung pháp lý cũng như có các chính sách hỗ trợ cho doanh nghiệp.

PTBV - XU HƯỚNG PHÁT TRIỂN TẤT YẾU

Năm 1987, Hội đồng Thế giới về môi trường và phát triển (WCED) đã thông qua định nghĩa về PTBV trong báo cáo Brundtland:"PTBV 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". PTBV cũng đã trở nên phổ biến trong cộng đồng doanh nghiệp trên phạm vi toàn cầu với việc thành lập các tổ chức và sáng kiến tự nguyện, như: Hội đồng Doanh nghiệp Thế giới về PTBV, 10 nguyên tắc của Mạng lưới Hiệp ước Toàn cầu của Liên hợp quốc, Sáng kiến Báo cáo Toàn cầu, Hướng dẫn của OECD cho các doanh nghiệp đa quốc gia.

Tại Việt Nam, PTBV đã trở thành một nguyên tắc chỉ đạo của Đảng và Chính phủ. Hàng loạt các chính sách về PTBV đã được ban hành, như: Chỉ thị số 36-CT/TW, ngày 25/6/1998 của Bộ Chính trị về tăng cường công tác bảo vệ môi trường trong thời kỳ công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước; Định hướng Chiến lược PTBV; Chiến lược PTBV Việt Nam giai đoạn 2011-2020. Việt Nam đã ký các công ước quốc tế có liên quan tới PTBV, như Công ước khung của Liên hợp quốc về biến đổi khí hậu. Năm 2009, Chính phủ đã thành lập Hội đồng PTBV quốc gia.

Có thể thấy, PTBV đã trở thành một xu hướng phát triển tất yếu trên thế giới cũng như tại Việt Nam và các doanh nghiệp ngày càng phát huy vai trò quan trọng của mình trong PTBV. Tuy nhiên, do PTBV bao gồm nhiều lĩnh vực liên quan, việc đo lường các nỗ lực của doanh nghiệp luôn là một vấn đề đối với tất cả các bên liên quan, bao gồm cả doanh nghiệp, cũng như các nhà quản lý, các nhà đầu tư và công chúng nói chung. Từ thực tế đó, việc đánh giá thực trạng công bố thông tin PTBV đã được các doanh nghiệp xây dựng và áp dụng trong hoạt động sản xuất, kinh doanh như một công cụ để ghi nhận các mục tiêu, thực hiện đo lường và quản lý các thay đổi nhằm làm cho hoạt động của tổ chức được bền vững hơn.

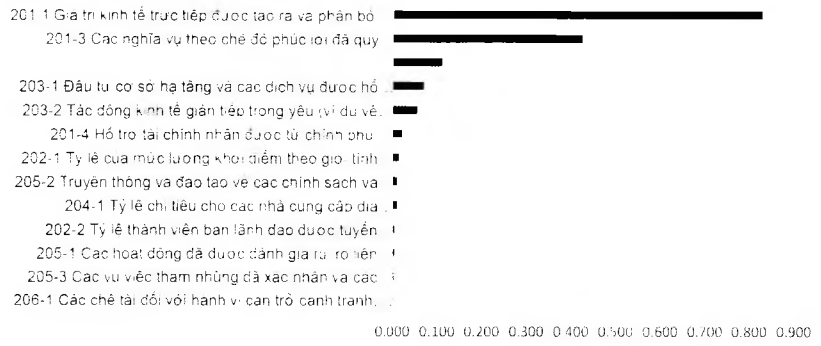
THỰC TRẠNG CÔNG BỐ THÔNG TIN PTBV CỦA DOANH NGHIỆP NIÊM YẾT VIỆT NAM

Để đảm bảo tính tổng quát và đầy đủ trong việc đánh giá PTBV, tác giả đã tiến hành thu thập dữ liệu toàn thị trường, trong giai đoạn 2014-2019 dựa trên 77 chỉ tiêu theo hướng dẫn Báo cáo PTBV của Tổ chức Sáng kiến báo cáo toàn cầu (Global Reporting Initiative - GRI). Lý do lựa chọn mốc thời gian là năm 2014 vì trước năm 2014 gần như các doanh nghiệp không có thông tin liên quan PTBV, các thông tin trên báo cáo thường niên, báo cáo tài chính cũng không được lưu trữ và công bố đầy đủ. Năm 2015, Thông tư số 155/2015/TT-BTC, ngày 06/10/2015 hướng dẫn công bố thông tin trên thị trường chứng khoán được Bộ Tài chính ban hành, nên dữ liệu PTBV của doanh nghiệp bắt đầu có nhiều từ năm 2015 trở đi. Lý do tác giả lựa chọn bộ chỉ tiêu theo hướng dẫn của GRI bởi đây là bộ chỉ tiêu đang được sử dụng phổ biến trên thế giới.

Tại Việt Nam, các doanh nghiệp dần có xu hướng sử dụng và trình bày các thông tin PTBV theo tiêu chuẩn GRI, số lượng các doanh nghiệp sử dụng mẫu

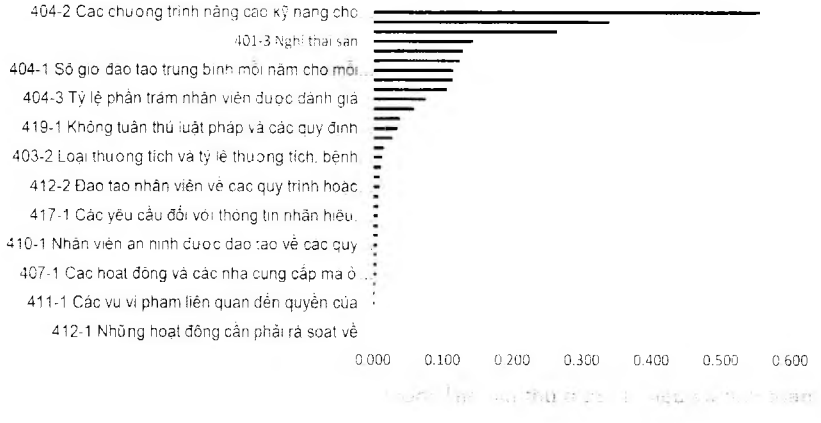
* ThS., Trường Đại học Thương mại

BIỂU ĐỒ 1: ĐIỂM PTBV VỀ KINH TẾ TRUNG BÌNH CỦA CÁC DOANH NGHIỆP NIÊM YẾT



BIỂU ĐỒ 2: ĐIỂM PTBV VỀ MÔI TRƯỜNG TRUNG BÌNH CÁC DOANH NGHIỆP NIÊM YẾT

BIỂU ĐỒ 3: ĐIỂM PTBV VỀ XÃ HỘI TRUNG BÌNH CỦA CÁC DOANH NGHIỆP NIÊM YẾT



báo cáo này có sự gia tăng qua các năm về số lượng và chất lượng. Vì vậy, việc lựa chọn bộ chỉ tiêu chi tiết về PTBV gồm 77 chỉ tiêu theo hướng dẫn của GRI có thể đảm bảo được tính tổng thể trong đánh giá thực trạng PTBV của các doanh nghiệp. Việc thu thập dữ liệu PTBV dựa trên tiêu chuẩn GRI cũng được sử dụng trong nhiều nghiên cứu trên thế giới (Olanipekun và Omotayo, 2020; Garcia Torea và cộng sự, 2020; Mukherjee và Nuñez, 2019; Chen và cộng sự, 2015).

Tác giả đã thu thập dữ liệu từ báo cáo tài chính, báo cáo thường niên, báo cáo PTBV của 484 doanh nghiệp niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam (gồm cả sàn HNX và HOSE) liên tục trong 6 năm từ 2014 đến 2019. Kết quả cho thấy:

Thực trạng công bố thông tin theo từng chỉ tiêu PTBV

(1) Nhóm chỉ tiêu về kinh tế

Kết quả nghiên cứu cho thấy, nhóm chỉ tiêu về kinh tế có 6 chỉ tiêu cấp 1 về: Hiệu quả kinh tế, Sự hiện diện trên thị trường, Tác động kinh tế gián tiếp, Thông lệ mua sắm, Chống tham nhũng và Hành vi cản trở cạnh tranh (Biểu đồ 1). Cụ thể, với các nhóm chỉ tiêu cấp 2, thì điểm trung bình PTBV của 484 doanh nghiệp trong 6 năm có sự khác biệt rõ rệt giữa các chỉ số. Điểm trung bình cao nhất là chỉ tiêu về Giá trị kinh tế trực tiếp được tạo ra và phân bổ, đây chính là các thông tin về: tình hình doanh thu, chi phí, lợi nhuận của doanh nghiệp, việc công bố các thông tin này đạt 0,931 điểm trung bình. Chỉ tiêu được công bố thông tin cao thứ 2 là Các nghĩa vụ theo chế độ phúc lợi đã quy định và các chế độ hưu trí khác. Hai chỉ tiêu không có doanh nghiệp nào công bố thông tin là về: Các vụ việc tham nhũng đã xác nhận và các biện pháp xử lý; Các chế tài đối với hành vi cạnh tranh, thực hành độc quyền và chống độc quyền. Đây là 2 nhóm chỉ tiêu mang tính tiêu cực và nhạy cảm, nên khi không bắt buộc phải công bố thông tin chi tiết, thì không doanh nghiệp nào công bố thông tin ở 2 chỉ tiêu này.

(2) Nhóm chỉ tiêu về môi trường

Theo số liệu trong Biểu đồ 2, các chỉ tiêu lần lượt có điểm trung bình toàn thị trường cao nhất là: Không tuân thủ pháp luật và các quy định; Tiêu thụ năng lượng trong tổ chức; Lượng nước đầu vào theo nguồn; Giảm tiêu hao năng lượng; Vật liệu và tuần hoàn nước... Các chỉ tiêu này cũng đồng thời là các chỉ tiêu được liệt kê trong phụ lục về mẫu báo cáo PTBV theo Thông tư số 155/2015/TT-BTC. Như vậy, có thể thấy, các chỉ tiêu thuộc nhóm bắt buộc công bố thông tin là những chỉ tiêu đang được công bố thông tin nhiều nhất.

(3) Nhóm chỉ tiêu xã hội

Trong các chỉ tiêu về xã hội (Biểu đồ 3), các chỉ tiêu liên quan đến người lao động có mức độ công bố thông tin lớn nhất, bao gồm các chỉ tiêu về: Các chương trình nâng cao kỹ năng cho nhân viên; Phúc lợi cung cấp cho nhân viên, nghỉ thai sản. Nhóm thứ hai có nhiều thông tin được công bố liên quan đến cộng đồng địa phương, bao gồm: những hoạt động có sự tham

gia của cộng đồng địa phương, những hoạt động có tác động tiêu cực tiềm ẩn và thực tế đáng kể với cộng đồng địa phương. Các chỉ tiêu này cũng đồng thời là các chỉ tiêu được chi tiết trong Phụ lục báo cáo PTBV theo Thông tư số 155/2015/TT-BTC.

Thực trạng công bố thông tin PTBV theo nhóm chỉ tiêu và theo thời gian

Điểm PTBV tổng hợp là điểm trung bình của tất cả 79 chỉ tiêu thuộc cả 3 nhóm: Kinh tế, Môi trường, Xã hội. Điểm PTBV tổng hợp là chỉ tiêu đánh giá tổng thể mức độ PTBV của doanh nghiệp. Trong giai đoạn 2014-2019, điểm PTBV tổng hợp có xu hướng tăng lên theo thời gian, mốc thời gian 2016 là năm có sự thay đổi rõ hơn so với các năm khác (Bảng).

Biểu đồ 4 cho thấy, năm 2014, nhóm chỉ tiêu công bố thông tin thấp nhất là về Môi trường, tuy nhiên chỉ tiêu này có sự gia tăng đột biến trong 2 năm (2015-2016) và vượt lên trên chỉ tiêu về xã hội. Như vậy, có thể thấy, việc ban hành Thông tư số 155/2015/TT-BTC, áp dụng từ ngày 01/01/2016, lần đầu tiên quy định về việc công bố thông tin PTBV đã làm cho các doanh nghiệp có mức độ thông tin tăng nhanh, với cả 3 nhóm về: Kinh tế, Môi trường, Xã hội; đặc biệt là sự gia tăng công bố thông tin tăng lên rất nhanh với nhóm chỉ tiêu về môi trường.

Nguyên nhân tình trạng công bố thông tin PTBV còn hạn chế

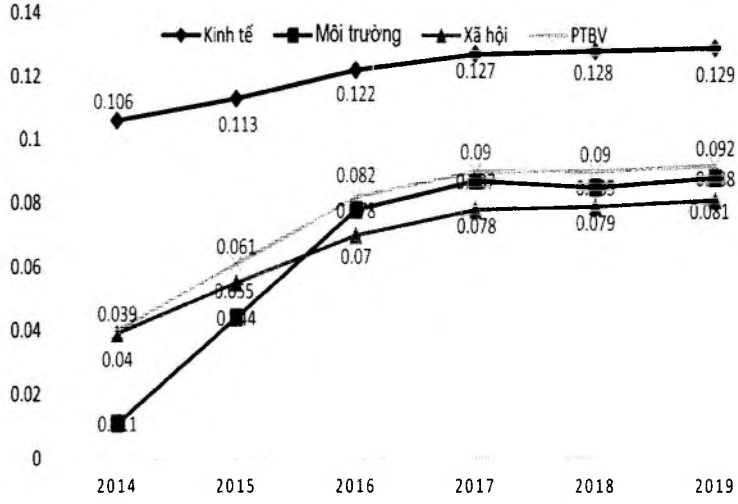
Nguyên nhân được đánh giá là do thị trường vốn tại Việt Nam vẫn còn khá non trẻ, hầu hết các doanh nghiệp niêm yết đều đang trong giai đoạn đầu tăng trưởng, khiến nhiều cổ đông, lãnh đạo bị chi phối bởi quan điểm tập trung cho mục tiêu lợi nhuận. Doanh nghiệp dồn tâm sức tìm giải pháp để tăng trưởng nhanh doanh thu, lợi nhuận trước khi quan tâm đến các vấn đề về bảo vệ môi trường, người lao động cũng như cộng đồng. Trong khi đó, cộng đồng nhà đầu tư cá nhân chiếm tỷ trọng lớn, tập trung đầu tư cổ phiếu ngắn hạn theo biến động giá chứng khoán, doanh thu, lợi nhuận thay vì nắm giữ cổ phiếu như một kênh đầu tư dài hạn. Định hướng đầu tư ngắn hạn chiếm ưu thế đã khiến việc xem xét đến trách nhiệm của doanh nghiệp với môi trường, với xã hội bị xem nhẹ.

Hệ thống pháp lý chưa thực sự chặt chẽ cũng là nguyên nhân khiến quyền

BẢNG: THỰC TRẠNG PTBV THEO NHÓM CHỈ TIÊU VÀ THEO THỜI GIAN

Năm	Kinh tế	Môi trường	Xã hội	Điểm PTBV tổng hợp
2019	0,121	0,104	0,103	0,109
2018	0,121	0,112	0,106	0,113
2017	0,121	0,112	0,107	0,113
2016	0,115	0,110	0,106	0,111
2015	0,071	0,076	0,061	0,069
2014	0,015	0,001	0,015	0,010

BIỂU ĐỒ 4: XU HƯỚNG CÁC NHÓM CHỈ TIÊU THEO THỜI GIAN



Nguồn: Tác giả thu thập dữ liệu và tính toán

và nghĩa vụ cho các cổ đông, nhất là cổ đông nhỏ lẻ tại nhiều doanh nghiệp không được đảm bảo, dẫn đến những mâu thuẫn giữa các nhóm cổ đông và lãnh đạo doanh nghiệp. Năm 2015, Bộ Tài chính ban hành Thông tư số 155/2015/TT-BTC, trong đó có Phụ lục hướng dẫn về báo cáo PTBV, tuy nhiên, chưa có chế tài cụ thể, chặt chẽ trong việc công cố thông tin về PTBV.

Bên cạnh đó, dưới góc độ người lao động, cộng đồng dân cư, người tiêu dùng chưa nhận thức được đầy đủ về quyền lợi của mình, cũng như chưa nâng cao các yêu cầu về môi trường và xã hội đối với doanh nghiệp, dẫn đến việc các doanh nghiệp xem nhẹ việc thực thi PTBV, cũng như chưa quan tâm đến việc công bố thông tin về trách nhiệm với môi trường và xã hội.

NHỮNG KHUYẾN NGHỊ ĐỀ XUẤT

Kết quả nghiên cứu cho thấy rằng: (1) Mức độ công bố thông tin PTBV có xu hướng gia tăng theo thời gian đặc biệt là sau khi Bộ Tài chính ban hành Thông tư số 155/2015/TT-BTC; (2) Mức độ báo cáo tài chính PTBV giữa các tiêu chí hoàn toàn khác nhau, chủ yếu công bố nhiều ở các tiêu chí đã được hướng dẫn trong Phụ lục về mẫu báo cáo PTBV theo Thông tư số 155/2015/TT-BTC. Tuy nhiên, tác giả tin rằng, trong bối cảnh hiện tại năm 2021, thế giới đang

khủng hoảng vì đại dịch Covid-19 và những thảm họa môi trường... chính là sức ép buộc Chính phủ, cũng như các doanh nghiệp phải đưa ra những chính sách quyết định đảm bảo sự PTBV. Theo đó, tác giả đề xuất một số giải pháp sau:

Đối với Nhà nước

Một là, Nhà nước cần chuẩn hóa những yêu cầu về công bố thông tin PTBV. Kết quả khảo sát cho thấy rằng, hoạt động công bố thông tin PTBV ở Việt Nam chủ yếu do bắt buộc, chưa có nhiều hướng dẫn cụ thể với các doanh nghiệp trong các ngành nghề khác nhau, nên việc công bố thông tin mang tính chất tự phát. Nhiều doanh nghiệp lớn đã kịp thời bắt kịp các xu hướng quốc tế, nhưng ở những doanh nghiệp nhỏ, thì việc công bố thông tin thường rất sơ sài, thậm chí nhiều doanh nghiệp không đưa thông tin gì liên quan đến PTBV.

Hai là, Nhà nước cần thể chế hóa việc công bố thông tin PTBV trong hệ thống pháp luật Việt Nam. Kết quả nghiên cứu cho thấy, sau khi Thông tư số 155/2015/TT-BTC yêu cầu các doanh nghiệp phải có Báo cáo PTBV, thì lúc đó mức độ công bố thông tin PTBV của các doanh nghiệp mới tăng lên đáng kể, nhất là nhóm chỉ tiêu về môi trường. Vì thế, cần thể chế hóa mạnh mẽ hơn việc công bố thông tin PTBV bằng việc đưa quy định vào Luật Doanh nghiệp, cũng như các văn bản hướng dẫn, coi đó là một hoạt động có tính bắt buộc.

Ba là, xây dựng Bộ chỉ số đánh giá điểm công bố thông tin PTBV đối với các doanh nghiệp niêm yết trên thị trường chứng khoán. Kết quả nghiên cứu cho thấy, công bố thông tin PTBV không chỉ là trách nhiệm của các doanh nghiệp đối với các bên liên quan, mà nó còn mang lại lợi ích cho doanh nghiệp trong việc nâng cao uy tín và hình ảnh của doanh nghiệp, là cách thuyết phục hiệu quả đối với các bên liên quan góp phần nâng cao hiệu quả tài chính doanh nghiệp. Tuy nhiên, cho đến thời điểm hiện tại, hoạt động công bố thông tin PTBV ở các doanh nghiệp mới ở mức độ bắt buộc tối thiểu, các báo cáo còn rất sơ sài.

Đối với doanh nghiệp

Sự cạnh tranh trên thị trường tiêu thụ sản phẩm ngày càng gia tăng, nhận thức của người tiêu dùng về biến đổi khí hậu, về tiêu dùng xanh ngày càng trở thành xu hướng. Vì vậy, doanh nghiệp cần có những giải pháp để nâng cao hình ảnh, uy tín trên thị trường.

Thứ nhất, nâng cao nhận thức của doanh nghiệp về đưa ra các chiến lược, triển khai các giải pháp và công bố đầy đủ, công khai minh bạch các thông tin PTBV. Nâng cao nhận thức của doanh nghiệp về thực hiện hoạt động PTBV phải bắt nguồn từ việc nâng cao nhận thức của nhà quản trị. Kết quả nghiên cứu cũng cho thấy, các nhà quản trị có trình độ chuyên môn cao hơn, thì doanh nghiệp công bố thông tin PTBV tốt hơn.

Thứ hai, tranh thủ tư vấn của các tổ chức, chuyên gia các thông tin cần thiết hoặc cách thức thực hiện và công bố thông tin PTBV. Việc chuyển đổi chiến lược kinh doanh theo hướng bền vững đòi hỏi sự đầu tư về tài chính, nhân lực. Vì vậy, các doanh nghiệp nên tranh thủ sự tư vấn của các tổ chức, chuyên gia có uy tín để giảm thiểu thời gian và chi phí, cũng như đem lại hiệu quả cao nhất cho doanh nghiệp.❑

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bộ Chính trị (1998). *Chỉ thị số 36-CT/TW, ngày 25/6/1998 về tăng cường công tác bảo vệ môi trường trong thời kỳ công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước*

2. Thủ tướng Chính phủ (2012). *Quyết định số 432/QĐ-TTg, ngày 12/4/2012 phê duyệt Chiến lược PTBV Việt Nam giai đoạn 2011-2020*

3. Bộ Tài chính (2015). *Thông tư số 155/2015/TT-BTC, ngày 06/10/2015 hướng dẫn công bố thông tin trên thị trường chứng khoán*

4. Chen, L., Tang, O., and Feldmann, A. (2015). Applying GRI reports for the investigation of environmental management practices and company performance in Sweden, China and India, *Journal of cleaner production*, 98, 36-46

5. Garcia-Torea, N., Fernandez-Feijoo, B. and De La Cuesta, M. (2020). CSR reporting communication: Defective reporting models or misapplication?, *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, Wiley Online Library, 27(2), 952-968

6. Mukherjee, A., and Nuñez, R. (2019). Doing well by doing good: can voluntary CSR reporting enhance financial performance?, *Journal of Indian Business Research,* Emerald Publishing Limited

7. Olanipekun, A. O., and Omotayo, T. (2020). Review of the Use of Corporate Social Responsibility (CSR) Tools, *Sustainable Production and Consumption,* Elsevier

8. WCED (1987). *Report of the World Commission on Environment and Development - Our Common Future*