

Chính sách thúc đẩy thực hiện trách nhiệm xã hội doanh nghiệp tại Liên minh châu Âu và khuyến nghị cho Việt Nam

Nguyễn Chiến Thắng*, Vũ Thanh Hà**

Nhận ngày 22 tháng 10 năm 2023. Chấp nhận đăng ngày 25 tháng 11 năm 2023.

Tóm tắt: Ngay từ những năm đầu của thập kỷ 1990, các vấn đề về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (CSR) đã được Ủy ban châu Âu đặt ra trong chiến lược phát triển bền vững. Tuy nhiên, đến năm 2001, định nghĩa về trách nhiệm xã hội mới được đưa ra chính thức. Việc ban hành các chính sách, tạo lập các diễn đàn đối thoại mở, cũng như tuân thủ các chuẩn mực quốc tế, nhằm hướng đến sự đổi mới, tăng tính cạnh tranh, tạo việc làm cho người lao động và phát triển bền vững của cả khu vực, được xem là kim chỉ nam cho định hướng xây dựng và phát triển chính sách CSR của Liên minh châu Âu trong suốt thời gian qua. Bài viết¹ nhằm tìm hiểu các chính sách, quy định của EU về CSR cũng như thực tiễn triển khai CSR tại các doanh nghiệp ở châu Âu.

Từ khóa: Trách nhiệm xã hội, doanh nghiệp, châu Âu.

Phân loại ngành: Kinh tế

Abstract: Since the beginning of 1990s, the term of corporate social responsibility (CSR) has been given by the European Commission in its sustainable development strategy. However, the official definition of CSR had not been promulgated until 2001. Creating open dialogue forums, complying with international standards to aim at innovation, increasing competitiveness, creating jobs for workers and sustainable development of the region are considered guiding principles for the direction of constructing and developing the CSR policy of the EU. The article aims to analyze the CSR of the EU policies and regulations as well as the practice of implementing social responsibility at businesses in Europe.

Keywords: Social responsibility, business, Europe.

Subject classification: Economics

1. Mở đầu

Cho đến nay, xác định CSR của doanh nghiệp vẫn được xem là một nhiệm vụ khó khăn mà nhiều học giả về kinh tế, kinh doanh và khoa học xã hội phải đối mặt tìm ra lời giải. Thậm chí, về mặt thuật ngữ khái niệm này được hiểu có nhiều tên, hay cách gọi khác nhau như: quyền công dân xã hội của doanh nghiệp (Social Corporate Citizenship), lương tâm doanh nghiệp (Corporate Conscience), trách nhiệm doanh nghiệp (Corporate Responsibilities), trách nhiệm xã hội (Social Responsibility), kinh doanh có trách nhiệm (Responsible Business), cơ hội xã hội của doanh nghiệp Corporate Social Opportunity... (Kitzmueller và Shimshack, 2012).

*** Viện Nghiên cứu Châu Âu, Viện Hàn lâm Khoa học xã hội Việt Nam.

Email: thanhhavu1980@gmail.com

¹ Bài viết này là sản phẩm của đề tài “Giải pháp thúc đẩy thực hiện trách nhiệm xã hội của các doanh nghiệp và hợp tác xã nông nghiệp trên địa bàn tỉnh Bình Dương trong bối cảnh thực thi hiệp định thương mại tự do Việt Nam - EU (EVFTA)”.

Cách tiếp cận khác nhau, dẫn đến các quan điểm đưa ra của các học giả cũng khác nhau, nhưng tựu chung lại cho đến nay có hai dòng quan điểm chính về CSR của doanh nghiệp. Trong khi một số học giả cho rằng, doanh nghiệp nên chú tâm vào công việc kinh doanh với mục tiêu mang lại lợi nhuận cho doanh nghiệp, thay vì quan tâm đến các vấn đề khác như: vấn đề về môi trường, xã hội, vì đó thuộc về trách nhiệm của nhà nước. Giải thích cho luận điểm này, các số học giả cho rằng, doanh nghiệp không có nhiều kỹ năng về các hoạt động xã hội, nếu tập trung quá nhiều vào đó, sẽ làm mất đi sức mạnh và bị loại khỏi thị trường toàn cầu (Krüger, 2015). Tuy nhiên, số đông khác thì lại cho rằng, ngoài tìm kiếm lợi ích kinh doanh thì doanh nghiệp còn phải có trách nhiệm với mọi thứ xung quanh như: môi trường, người lao động, cổ đông, người tiêu dùng và nhà cung cấp. Theo quan điểm này, thì doanh nghiệp được ví như một tế bào của xã hội, và không thể tồn tại độc lập, không thể phát triển nếu không thực hiện những trách nhiệm trên.

2. Khái niệm về trách nhiệm xã hội doanh nghiệp

Nhìn nhận lại lịch sử hình thành và phát triển của thuật ngữ này, có thể thấy rõ hơn: Thuật ngữ trách nhiệm xã hội (CSR) xuất hiện chính thức lần đầu tiên năm 1953 trong cuốn sách *Trách nhiệm xã hội của doanh nhân* (Social Responsibilities of the Businessmen) của tác giả Howard Rothmann Bowen nhằm mục đích tuyên truyền và kêu gọi người quản lý tài sản không làm tổn hại đến các quyền và lợi ích của người khác, kêu gọi lòng từ thiện nhằm bồi hoàn những thiệt hại do các doanh nghiệp làm tổn hại cho xã hội.

Tiếp đó, CSR của doanh nghiệp được biết đến phổ biến hơn với luận điểm nổi tiếng của nhà kinh tế học người Mỹ là Milton Friedman: “Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp sẽ làm tăng lợi nhuận của họ” (Freedman, 1970) trang 1. Với công trình này, ông cho rằng, doanh nghiệp có trách nhiệm với mục tiêu duy nhất là tối đa hóa lợi nhuận một cách hợp pháp, từ đó bảo đảm quyền lợi cho các cổ đông góp vốn vào doanh nghiệp. Các tổ chức kinh doanh không nên dùng tiền của chủ sở hữu làm từ thiện.

Tuy nhiên, với cách tiếp cận từ các lý thuyết thể chế (Institutional Theory), lý thuyết các bên liên quan (Stakeholder Theory), lý thuyết đại diện (Agency Theory) hay lý thuyết dựa vào nguồn lực (Resource-Based View),... các học giả khác cũng đã chỉ ra những khiếm khuyết, như: Việc tối đa hóa lợi nhuận, đảm bảo tài sản của cổ đông còn phụ thuộc vào nhiều yếu tố về môi trường, xã hội, cũng như sự tương tác giữa doanh nghiệp với các bên liên quan.

Dựa trên những luận điểm như vậy, Carroll (1991) cho rằng, CSR được xem là tất cả các vấn đề kinh tế, pháp lý, đạo đức và lòng từ thiện của một tổ chức mà xã hội mong đợi trong mỗi thời điểm nhất định, tùy vào doanh nghiệp mà người quản lý có thể chọn vấn đề nào là quan trọng trong bốn mức độ trên (Carroll, 1991). Xoay quanh chủ đề này, một số học giả như Kotler and Lee (2008), Fuller & Tian (2006), Garriga & Melé (2004), Jenkins (2006), Lantos (2001), Maignan & Ferrell (2001); Maignan & Ferrell (2005), Thompson, Smith & Hood (2001) cũng đã bổ trợ để hoàn thiện khái niệm này một cách đầy đủ hơn.

Theo mô hình “Kim tự tháp” mà Carroll đưa ra, thì với trách nhiệm kinh tế đóng vai trò quan trọng, trong đó, doanh nghiệp phải xác định nghĩa vụ của mình trong việc tối đa hóa lợi nhuận của doanh nghiệp. Theo đó, các doanh nghiệp cần quảng bá để mở rộng hoạt

động kinh doanh, tạo dựng danh tiếng và hình ảnh của mình trong việc thu hút sự ủng hộ của người tiêu dùng, cổ động, cũng như tạo ra sự khác biệt so với các đối thủ kinh doanh khác trên thương trường,... (quan điểm này có thể thấy rõ hơn, khi mà các doanh nghiệp hiện nay vẫn dành khoản ngân sách khổng lồ để thực hiện các chiến lược quảng cáo, xây dựng thương hiệu, cung cấp sản phẩm chất lượng an toàn, đáp ứng sự hài lòng của khách hàng,...). Tiếp đó, ở các góc độ về pháp lý (sự tuân thủ luật, các quy định của địa phương), đạo đức (đảm bảo sản phẩm đáp ứng nhu cầu và sự mong đợi của các bên, thực hành có trách nhiệm, đảm bảo các nguyên tắc về quyền con người, giá trị xã hội...) và lòng từ thiện (cung cấp các dịch vụ tự nguyện cho cộng đồng địa phương,...) cũng đòi hỏi doanh nghiệp phải thực hiện trách nhiệm đầy đủ để đảm bảo thu được những tác động tích cực từ các bên liên quan.

Đặc biệt, trong những năm gần đây, phát triển bền vững được xem là chủ đề thảo luận không chỉ ở cấp quốc gia, mà mục tiêu phát triển bền vững đã được đưa ra và thống nhất ở cấp toàn cầu. Năm 1987, Ủy ban Môi trường và Phát triển Thế giới (WCED) đã đưa ra thuật ngữ phát triển bền vững “là sự phát triển đáp ứng được những yêu cầu của hiện tại, nhưng không gây trở ngại cho việc đáp ứng nhu cầu của các thế hệ mai sau” (United Nation, 1987: 16). Theo đó, phát triển bền vững phải bảo đảm sự phát triển kinh tế một cách hiệu quả, xã hội công bằng và giữ gìn, bảo vệ môi trường. Để đạt được điều này, cần giải quyết và dung hòa các vấn đề thuộc 3 lĩnh vực: Kinh tế, xã hội, môi trường. Phát triển bền vững là không cho phép bất kỳ cá nhân tổ chức nào vì sự ưu tiên phát triển của mình mà làm ảnh hưởng suy thoái, tàn phá tới những lĩnh vực khác.

Theo đó, năm 2003, nhóm Phát triển Kinh tế tư nhân của Ngân hàng Thế giới đã đưa ra khái niệm về CSR doanh nghiệp “là cam kết của doanh nghiệp đóng góp cho việc phát triển kinh tế bền vững, thông qua việc tuân thủ chuẩn mực về bảo vệ môi trường, bình đẳng về giới, an toàn lao động, quyền lợi lao động, trả lương công bằng, đào tạo và phát triển nhân viên, phát triển cộng đồng,... theo cách có lợi cho cả doanh nghiệp cũng như phát triển chung của xã hội” (World Bank, 2004: 3).

Như vậy, có thể thấy, với mỗi cách tiếp cận khác nhau, thì khái niệm này được hiểu theo nhiều cách khác nhau. Tuy nhiên, dù diễn đạt theo nhiều chiều cạnh, song nội hàm phản ánh của CSR về cơ bản đều có điểm chung là bên cạnh những lợi ích phát triển riêng của từng doanh nghiệp phù hợp với pháp luật hiện hành thì đều phải gắn kết với lợi ích phát triển chung của cộng đồng xã hội.

Tổng hợp từ các khái niệm trên, chúng tôi cho rằng: CSR của doanh nghiệp là cam kết của doanh nghiệp đối với các bên liên quan về việc tuân thủ và vượt trên những yêu cầu của pháp luật từ đó nâng cao chất lượng đời sống của người lao động, thực hiện các ứng xử với các đối tác, cộng đồng, môi trường theo hướng đảm bảo sự phát triển bền vững.

3. Bối cảnh hình thành và phát triển chính sách về trách nhiệm xã hội doanh nghiệp tại Liên minh châu Âu

Trách nhiệm xã hội doanh nghiệp được xem là một công cụ quan trọng của Liên minh châu Âu trong việc thúc đẩy đổi mới và tăng tính cạnh tranh, hướng đến phát triển bền vững. Bên cạnh những nguyên tắc được đưa ra bởi các tổ chức quốc tế như Tổ chức

phát triển Liên Hợp Quốc (UNDP), Tổ chức lao động quốc tế (ILO) được coi là ngưỡng chuẩn áp dụng cho phạm vi toàn cầu, thì trong nhiều trường hợp, Ủy ban châu Âu cũng đề ra những nguyên tắc cao hơn trong việc thực hiện CSR ở các doanh nghiệp. Theo đó, các cơ quan công quyền tại EU đóng một vai trò quan trọng trong việc hỗ trợ, khuyến khích cũng như giám sát các tổ chức, doanh nghiệp trong nỗ lực thực hiện hoạt động kinh doanh một cách có trách nhiệm (Noti, K. & cộng sự, 2020).

Ngay từ những năm đầu của thập kỷ 90, các vấn đề về CSR đã được Ủy ban châu Âu đặt ra trong chiến lược phát triển bền vững với nỗ lực cải thiện khả năng giải trình của các doanh nghiệp đối với các tổ chức xã hội và công chúng (Yildiz, A., & Ozerim, M.K., 2014). Tuy nhiên, do còn nhiều bất đồng, về việc hiểu và thực hiện CSR, dẫn đến vấn đề này chưa thu hút được sự quan tâm của các tổ chức, doanh nghiệp ở thời điểm bấy giờ. Tháng 3/2000, một lần nữa thuật ngữ CSR lại được Liên minh châu Âu (EU) đưa ra bàn thảo trong cuộc họp Hội đồng ở Lisbon vào tháng 3/2000 “Cải cách việc làm, kinh tế và gắn kết xã hội: Hướng tới một châu Âu của sự đổi mới và tri thức” (European Parliament, 2009: 1) với mục tiêu đưa châu Âu trở thành khu vực kinh tế tri thức năng động và cạnh tranh thông qua việc cải thiện việc làm, tăng sự gắn kết xã hội và bảo vệ môi trường. Tại chiến lược này, 05 lĩnh vực được EU tập trung, bao gồm: (1) thúc đẩy xã hội tri thức; (2) cải cách kinh tế; (3) thúc đẩy sự năng động trong kinh doanh; (4) cải cách việc làm và gắn kết xã hội và (5) thúc đẩy bảo vệ môi trường. Trong đó, việc thực hiện CSR trong các doanh nghiệp châu Âu, được EU khuyến khích thực hiện như là một yếu tố quan trọng nhằm “Hướng tới phát triển bền vững, thông minh và tăng trưởng bao trùm”.

Năm 2001, EC đã chính thức đưa ra định nghĩa về trách nhiệm xã hội là một khái niệm theo đó các công ty tích hợp xã hội và môi trường trong hoạt động kinh doanh của bản thân doanh nghiệp và trong sự tương tác của doanh nghiệp với các bên liên quan trên cơ sở tự nguyện (European Commission, 2001a). Theo Ủy ban châu Âu, để thực hiện đầy đủ CSR, doanh nghiệp cần có một quá trình tích hợp các mối quan tâm về xã hội, môi trường, đạo đức, quyền con người và người tiêu dùng vào hoạt động kinh doanh cũng như: chiến lược cốt lõi, trong việc hợp tác chặt chẽ với các bên liên quan, với hai mục đích chính là (1) tối đa hóa việc tạo ra giá trị chung cho chủ sở hữu/cổ đông, các bên liên quan khác và xã hội nói chung và (2) xác định, ngăn ngừa và giảm thiểu các tác động bất lợi có thể xảy ra (Yıldız, A. & Ozerim, G. M., 2014). Tại Sách Xanh (2001), EU một lần nữa khẳng định, CSR thúc đẩy, nâng cao khả năng đổi mới và cạnh tranh của châu Âu, góp phần vào khả năng tạo việc làm và đóng góp vào sự phát triển bền vững.

Tiếp đó, năm 2002, EU đã tổ chức “Diễn đàn châu Âu” về CSR nhằm thúc đẩy CSR như là một chính sách chung của châu Âu. Tại đây, EU đã tạo ra một không gian đối thoại mở giữa các bên liên quan, bao gồm: (i) Các tổ chức đại diện người sử dụng lao động ở châu Âu; (ii) Mạng lưới kinh doanh; (iii) Công đoàn và Tổ chức phi chính phủ, nhằm thảo luận về các tiêu chí, tiêu chuẩn đánh giá việc nhận thức và thực hiện CSR. Một số kết quả đạt được: Tạo được sự đồng thuận về thang đo, phương thức đánh giá, cũng như làm rõ được những khó khăn trong việc thực hiện các hoạt động kinh doanh và phi kinh doanh.

Cuộc khủng hoảng kinh tế toàn cầu năm 2008 đã gây ra các vấn đề kinh tế và xã hội nghiêm trọng ở nhiều nước châu Âu, làm suy yếu tính hiệu quả của các hệ thống phúc lợi.

Trong bối cảnh đó, sự tham gia tích cực của doanh nghiệp được coi là nhân tố cốt yếu để bù đắp sự thiếu hụt nguồn lực tại các quốc gia bị suy yếu về phúc lợi xã hội. Cùng với đó, việc thực thi các nhóm giải pháp hồi trong một thời gian dài, sau đó đã làm tăng áp lực lên cộng đồng doanh nghiệp ở châu Âu trong việc phát triển và thực hiện các chiến lược đổi mới và tăng trưởng. Hơn nữa, mô hình tăng trưởng của EU dựa trên nguyên tắc phát triển bền vững, với nhiều tiêu chí, cũng gây ra những khó khăn, thách thức trong việc tuân thủ, đáp ứng các quy định đặt ra. Trong bối cảnh khủng hoảng như vậy, những hậu quả về mặt xã hội, môi trường ngày càng trầm trọng, đã hướng sự tập trung của người dân vào hoạt động xã hội và đạo đức của các doanh nghiệp. Những giải pháp ứng phó với khủng hoảng của một số doanh nghiệp, gây ra sự xói mòn, sự mất tin tưởng của người tiêu dùng vào doanh nghiệp, ... (European Commission, 2011).

Từ những lý do trên, cần phải có khung khổ pháp lý về CSR. Do vậy, vào tháng 10/2011, Ủy ban châu Âu đã thông qua một chiến lược mới đánh dấu một cột mốc quan trọng trong việc phát triển chính sách CSR. Trong thông điệp này, CSR được coi là một công cụ quan trọng để giải quyết các thách thức đang có xu hướng gia tăng, tạo ra xung lực mới, tạo lòng tin và hướng đến hướng tới mục tiêu tăng trưởng bao trùm, bền vững và thông minh. Một số kết quả đạt được sau khi EU ban hành chiến lược CSR, bao gồm:

- Số lượng doanh nghiệp EU đã đăng ký thực hiện theo 10 nguyên tắc CSR của Hiệp ước Toàn cầu của Liên Hợp Quốc đã tăng từ 600 doanh nghiệp năm 2006 lên hơn 1.900 doanh nghiệp vào năm 2011.

- Số lượng các tổ chức có địa điểm được đăng ký theo Đề án Kiểm toán và Quản lý Môi trường (EMAS) đã tăng từ 3.300 năm 2006 lên hơn 4.600 vào năm 2011.

- Số công ty EU ký kết các thỏa thuận công ty xuyên quốc gia với các tổ chức lao động toàn cầu hoặc châu Âu, bao gồm các vấn đề như: tiêu chuẩn lao động đã tăng từ 79 công ty năm 2006 lên hơn 140 công ty năm 2011.

- Áp dụng các “Sáng kiến tuân thủ xã hội trong kinh doanh”, một sáng kiến hướng tới doanh nghiệp của châu Âu dành cho các công ty nhằm cải thiện điều kiện làm việc trong chuỗi cung ứng, đã tăng số thành viên từ 69 năm 2007 lên hơn 700 vào năm 2011.

- Số lượng doanh nghiệp châu Âu công bố báo cáo phát triển bền vững theo hướng dẫn của Sáng kiến Báo cáo Toàn cầu đã tăng từ 270 năm 2006 lên hơn 850 năm 2011 (European Commission, 2011).

Tiếp đó, nghị quyết của Quốc hội ngày 6/2/2013 về CSR đã nhấn mạnh các nội dung chính như: Hành vi có trách nhiệm, minh bạch của doanh nghiệp và tăng trưởng bền vững... Đặc biệt, vấn đề bảo vệ môi trường được xem là một trong những yêu cầu cấp thiết trong việc thực hiện CSR của các doanh nghiệp châu Âu. Tại Chỉ thị 2014/95, EU nhấn mạnh các doanh nghiệp cần thiết gửi các báo cáo phi tài chính, để khẳng định tính bền vững, làm cơ sở để các bên liên quan đánh giá rủi ro, những tác động tiêu cực đến môi trường trong các chuỗi cung ứng toàn cầu mà doanh nghiệp tham gia (Noti, K. & cộng sự, 2020).

Để hưởng ứng Chương trình nghị sự năm 2030, vào tháng 6/2017, EU tiếp tục thông qua chương trình mới về Phát triển với tầm nhìn và khuôn khổ hành động chung trong hợp tác phát triển cho EU và các Quốc gia Thành viên. Nguyên tắc Đồng thuận dựa trên “5P” của Chương trình nghị sự 2030, bao gồm: Con người, Hành tinh, Thịnh vượng, Hòa bình

và Quan hệ đối tác, đồng thời tích hợp một cách có hệ thống các khía cạnh xã hội, kinh tế và môi trường. Thúc đẩy sự lồng ghép CSR trong công việc với khu vực tư nhân, bao gồm các tổ chức của người sử dụng lao động và người lao động, để đảm bảo các phương pháp tiếp cận có trách nhiệm, bền vững và hiệu quả.

Để giảm thiểu sự chông chéo giữa CSR, thực hành kinh doanh có trách nhiệm (RBC), đáp ứng các mục tiêu phát triển thiên niên kỷ (SDG), các vấn đề giữa kinh doanh và nhân quyền (UNGP), Ủy ban châu Âu đã thực hiện cách tiếp cận toàn diện và tích hợp, tập trung vào các hành động thực tế. Một lần nữa EU ghi nhận sự đóng góp của doanh nghiệp, theo đó Các doanh nghiệp có vai trò quan trọng trong quá trình chuyển đổi bền vững. Trong những thập kỷ qua, cả trên cơ sở tự nguyện và được khuyến khích bởi các cơ quan công quyền, ngày càng có nhiều công ty coi trách nhiệm môi trường và xã hội là một phần cốt lõi trong sứ mệnh của công ty họ (European Commission, 2021b). Theo đó, EU tiếp tục nỗ lực đưa ra những biện pháp phù hợp và các cách thức hữu hình để có thể thúc đẩy hoạt động kinh doanh bền vững hơn mang lại kết quả cao hơn, củng cố và tạo ra lợi thế cạnh tranh của các doanh nghiệp EU trên trường quốc tế.

Ở cấp độ các nước thành viên, dựa trên nền tảng chính sách chung của EU, các quốc gia cũng đã ban hành các quy tắc mang tính “quốc gia” về trách nhiệm giải trình đối với các hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Bên cạnh đó, ban hành các tiêu chí đánh giá, thẩm định CSR của các doanh nghiệp. Theo đó, nhóm các doanh nghiệp bắt buộc phải nộp báo cáo phát triển bền vững, báo cáo việc thực hiện CSR, bao gồm:

Nhóm 1: Các doanh nghiệp có quy mô và sức mạnh kinh tế lớn (với hơn 500 nhân viên và hơn 150 triệu EUR doanh thu ròng trên toàn thế giới).

Nhóm 2: Các doanh nghiệp có chỉ số thấp hơn nhóm I, như có hơn 250 nhân viên và doanh thu ròng từ 40 triệu EUR, nhưng tạo ra tác động cao đối với xã hội, thì được phép nộp báo cáo chậm hơn nhóm trên là 02 năm.

Nhóm 3: Các doanh nghiệp vừa và nhỏ thì không bắt buộc phải nộp báo cáo này.

Báo cáo áp dụng cho các hoạt động của chính doanh nghiệp và các thành viên trong chuỗi cung ứng cả trực tiếp và gián tiếp.

Để tuân thủ việc thực hiện CSR, các doanh nghiệp cần phải, thể hiện trong báo cáo, bao gồm:

- Lồng ghép trách nhiệm giải trình vào trong chính sách phát triển của doanh nghiệp
- Xác định các tác động xấu đến môi trường và quyền con người (điều kiện làm việc, các cam kết về quyền con người theo các công ước quốc tế mà quốc gia đã cam kết, ...) cả thực tại lẫn tương lai.
- Ngăn ngừa hoặc giảm thiểu các tác động thực tế và có khả năng xảy ra;
- Thiết lập và duy trì thủ tục khiếu nại của doanh nghiệp;

Việc đánh giá, giám sát việc thực hiện của các quốc gia, doanh nghiệp tại các nước thành viên, sẽ do các cơ quan liên quan chịu trách nhiệm thực hiện (EU, 2022).

4. Thực tiễn triển khai chính sách về trách nhiệm xã hội doanh nghiệp ở Liên minh châu Âu

Mặc dù có những chương trình chung về thúc đẩy CSR, ở cấp khu vực, song để đảm bảo tính hiệu quả trong việc thực thi, các quốc gia thành viên lại có những điều chỉnh cho

phù hợp nền tảng kinh tế và xã hội và truyền thống văn hóa đa dạng (Steurer, R., Martinuzzi, A. & Margula, S., 2011). Cụ thể, căn cứ vào những mục tiêu ưu tiên của quốc gia, mà chính sách khuyến khích, thúc đẩy thực hiện CSR được điều chỉnh dựa vào: Cấu trúc kinh tế/ngành (ví dụ: sự ưu thế của doanh nghiệp vừa và nhỏ (DNVVN); sự chi phối của các công ty nhà nước; quan hệ hợp tác thương mại quốc tế của doanh nghiệp...); Bên cạnh đó, sự phát triển kinh tế, tác động của thể chế đến tương tác giữa doanh nghiệp với các bên liên quan, hay mức độ nhận thức về CSR... cũng là những căn cứ để điều chỉnh, hoặc bổ sung thêm các quy định có liên quan đến CSR (Williamson, N. & cộng sự, 2014).

Có thể thấy rõ hơn, việc thực hiện CSR tại khu vực châu Âu được thúc đẩy bởi các mô hình kinh tế - xã hội ở hầu hết các nước châu Âu. Với mô hình này, hệ thống hưu trí công với phạm vi bảo hiểm tương đối rộng, hệ thống chăm sóc sức khỏe dành cho hầu hết người dân và các chính sách thị trường lao động tương đối toàn diện. Bên cạnh đó, một số mô hình chuyển đổi xuất hiện gần đây ở các quốc gia thành viên CEE mới, cũng đặt ra các yêu cầu về CSR (Steurer, R., Martinuzzi, A. & Margula, S., 2011). Đặc biệt, các vấn đề về đạo đức doanh nghiệp được xem là tối quan trọng trong các mô hình kinh tế tại các nước Anglo-Saxon. Trong khi đó, ở các nước Bắc Âu, thì vấn đề môi trường lại là mối quan tâm chủ yếu đối với các quốc gia này. Theo đó, CSR được coi là một phương tiện để thúc đẩy đảm bảo sự phát triển bền vững về môi trường. Đặt trong bối cảnh toàn cầu hoá hiện nay, có sự giao thoa giữa các nền kinh tế, văn hóa, xã hội, thì việc thực hiện CSR của các nước thành viên EU không còn sự khác biệt nhau nhiều, mà được xem là công cụ để tiến đến sự phát triển bền vững chung của cả khu vực (Habisch, A. & cộng sự, 2005).

Mặc dù CSR là một trong những công cụ chính sách quan trọng của EU nhưng mức độ thực hành các chính sách CSR ở các quốc gia, khu vực khác nhau ở EU là khác nhau. Trong khi các nước Tây Âu ngày càng tích cực hơn trong việc thúc đẩy và định hình CSR của doanh nghiệp, đặc biệt chính phủ Anglo-Saxon và các nước Bắc Âu, thì việc thực hiện CSR tại các nước Trung và Đông Âu còn khá mờ nhạt (Steurer, R., Martinuzzi, A. & Margula, S., 2011).

Với thực tế, hầu hết các doanh nghiệp ở châu Âu là DNVVN chiếm đến 99%, trong số đó có đến 9/10 trong số các doanh nghiệp này là doanh nghiệp siêu nhỏ (dưới 10 nhân viên). DNVVN hiện vẫn là kênh chủ đạo cung cấp việc làm chính cho người lao động ở các quốc gia thành viên. Với 2/3 lực lượng lao động trong khu vực tư là làm việc ở các DNVVN và đóng góp hơn nửa tổng giá trị gia tăng do các doanh nghiệp ở EU tạo ra. Do đó, việc thúc đẩy các DNVVN ở châu Âu hoạt động hướng tới mục tiêu bền vững và thực hiện CSR sẽ tạo tác động tích cực về kinh tế - xã hội và môi trường.

Cũng như nhiều khu vực khác trên thế giới, tại châu Âu, phần lớn các DNVVN cũng chưa quan tâm nhiều đến CSR bởi các nguyên nhân chủ yếu như: Nhận thức của người quản lý về CSR còn hạn chế, quan điểm chi phí khi thực hiện CSR, thiếu các chương trình đào tạo hoặc nguồn lực để thực hiện CSR, hoặc trong một số trường hợp, các DNVVN đã thực hiện CSR nhưng chưa được ghi nhận hoặc chưa có báo cáo... Do vậy, việc nâng cao nhận thức về CSR tại các quốc gia thành viên, vẫn dựa vào sự hỗ trợ từ phía chính phủ. Theo đó, các cơ quan có trách nhiệm đưa ra các hướng dẫn, nguyên tắc, quy định của quốc gia về việc báo cáo CSR.

Để thúc đẩy việc thực hiện CSR tại các doanh nghiệp, trong những năm qua, EU đã thực hiện đồng bộ các giải pháp, cụ thể:

- Các cơ quan công quyền có liên quan đến các hoạt động phát triển của doanh nghiệp có trách nhiệm, hỗ trợ, cũng như giám sát việc thực hiện CSR tại doanh nghiệp;

- Thúc đẩy tối đa hóa việc tạo ra giá trị chung cho toàn xã hội thông qua việc khuyến khích các doanh nghiệp áp dụng cách tiếp cận theo hướng chiến lược lâu dài đối với CSR và khai thác các cơ hội phát triển các sản phẩm, dịch vụ và mô hình đổi mới kinh doanh, góp phần mang lại phúc lợi xã hội, từ đó tạo ra được các sản phẩm chất lượng cao và năng suất cao hơn.

- Để giảm thiểu rủi ro, tác động bất lợi, EU cũng khuyến nghị thực hiện thẩm định rủi ro hàng năm, áp dụng cho cả chuỗi cung ứng.

- Điều chỉnh chính sách mua sắm công (mua sắm công có trách nhiệm), tạo động lực cho các doanh nghiệp thực hiện tốt CSR có cơ hội tham gia.

- Thực hiện các chiến lược truyền thông, xây dựng mạng lưới, thành lập các cơ quan tổ chức hỗ trợ, để tăng tính lan tỏa, tinh thần khởi nghiệp, chia sẻ những mô hình, bài học thành công trong việc thực hiện CSR. Một số phương pháp thực hiện CSR được áp dụng như Chiến lược kết hợp thông minh (Smart Mix) giữa các hành động tự nguyện và bắt buộc để thúc đẩy CSR/RBC.

- Nâng cao nhận thức cho các doanh nghiệp trong việc thực hiện và lập báo cáo công bố thông tin phi tài chính (Báo cáo phát triển bền vững), ...

- Tạo lập diễn đàn, khuyến khích các sáng kiến về CSR. Nền tảng Liên minh liên kết giữa các bên (EAFA) đã được EU đưa ra vào tháng 7/2013 để huy động được 36 quốc gia EU, EFTA cũng như một số lượng lớn các bên liên quan chính (ví dụ: doanh nghiệp, đối tác xã hội, phòng thương mại, công nghiệp và thủ công, nhà cung cấp, tổ chức thanh niên...) tham gia và thảo luận các vấn đề về CSR.

- Tài trợ ngân sách từ khu vực, quốc gia để triển khai các chương trình tập huấn, nâng cao nhận thức cho doanh nghiệp về CSR;

- Tài trợ kinh phí cho các tổ chức nghiên cứu, xã hội nhằm hoàn thiện các bộ cụ đánh giá nhận thức, thực hiện CSR tại các doanh nghiệp;

- Tích hợp chiến lược CSR vào trong hệ thống giáo dục và đào tạo tại các trường đại học, tài trợ các chương trình nghiên cứu về CSR (chương trình Horizon 2020);

- Hỗ trợ nâng cao nhận thức cho các doanh nghiệp hiểu và áp dụng các nguyên tắc hướng dẫn của Liên Hợp Quốc về kinh doanh và nhân quyền, Chương trình nghị sự của Liên Hợp Quốc năm 2030 về phát triển bền vững. Về cơ bản, dựa trên khung chung tiêu chuẩn quốc tế như: Nguyên tắc Liên Hợp Quốc về các vấn đề toàn cầu, Tuyên ngôn ba bên của Tổ chức Lao động quốc tế (ILO) về Doanh nghiệp đa quốc gia và chính sách xã hội, Sáng kiến báo cáo toàn cầu (GRI), tiêu chuẩn CSR ISO 26000 và các quy định chung ở cấp khu vực... các doanh nghiệp phải tự chịu trách nhiệm về số liệu và độ tin cậy khi đưa ra các báo cáo về CSR. Các cơ quan công quyền được giao trách nhiệm có quyền kiểm toán báo cáo và đưa ra khung hình phạt đối với việc cung cấp các báo cáo sai lệch, ảnh hưởng đến người tiêu dùng, cũng như gây ra những tác động xấu đến môi trường và xã hội (EU, 2014).

Trong lĩnh vực nông nghiệp, ngoài những hành động trên, EU phối hợp với các bên liên quan như: Tổ chức Hợp tác và Phát triển kinh tế (OECD), Tổ chức Nông Lương Liên Hợp Quốc (FAO) đảm bảo việc thực hiện CSR không chỉ ở trong mỗi doanh nghiệp, mà yêu cầu áp dụng đối với cả chuỗi cung ứng mà doanh nghiệp tham gia trên phạm vi toàn cầu, bao gồm:

Yêu cầu các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng về nông sản thực hiện các báo cáo về các vấn đề về môi trường và xã hội, nhân quyền, hối lộ và tham nhũng.

Yêu cầu doanh nghiệp thực hiện theo “Hướng dẫn thẩm định của OECD đối với chuỗi cung ứng có trách nhiệm” ban hành 2018.

Thực hiện theo hướng dẫn của OECD-FAO về “Chuỗi cung ứng nông sản có trách nhiệm” được ban hành vào tháng 3/2016 cùng với chương trình triển khai thí điểm từ năm 2018 với mục đích: Hướng dẫn các doanh nghiệp tham gia chuỗi cung ứng nông sản phương thức tuân thủ các tiêu chuẩn kinh doanh có trách nhiệm hiện hành, để đảm bảo ngăn ngừa các tác động bất lợi và đảm bảo những khoản đầu tư trong lĩnh vực nông nghiệp đem lại lợi ích cho doanh nghiệp, nhà nước và cộng đồng, góp phần phát triển bền vững, đặc biệt là giảm đói nghèo, vì an ninh lương thực và bình đẳng giới.

Theo đó, các doanh nghiệp áp dụng khuôn khổ năm bước sau đây để tiến hành thẩm định dựa trên rủi ro dọc theo chuỗi cung ứng nông sản: (1) Thiết lập các hệ thống mạnh mẽ của doanh nghiệp để quản lý các chuỗi cung ứng nông sản có trách nhiệm; (2) Nhận diện, đánh giá và xác định các rủi ro ưu tiên trong chuỗi cung ứng; (3) Thiết kế và thực hiện chiến lược ứng phó với các rủi ro đã xác định; (4) Xác minh kết quả thẩm định chuỗi cung ứng; (5) Báo cáo kết quả thẩm định chuỗi cung ứng.

Tài trợ cho các tổ chức xã hội để xây dựng bộ công cụ đánh giá mức độ rủi ro trong việc thực hiện CSR và bộ công cụ truy xuất nguồn gốc sản phẩm.

Yêu cầu Hội đồng quản trị của các doanh nghiệp nằm trong danh sách phải nộp báo cáo phát triển bền vững công bố chiến lược bền vững, bao gồm thẩm định sự phù hợp trong toàn bộ chuỗi cung ứng và các mục tiêu bền vững có thể đo lường được... (European Commission, 2019).

Đối với các trang trại, hộ nông dân sản xuất nông nghiệp, EU tiếp tục áp dụng theo những nguyên tắc đã đề ra của “Chính sách nông nghiệp chung CAP”. Theo đó, các trang trại, hộ sản xuất nông nghiệp chỉ được nhận hỗ trợ giá sản phẩm nông sản khi đáp ứng các các tiêu chí về môi trường, sức khỏe, đa dạng hóa cây trồng để đảm bảo độ phì nhiêu của đất, đảm bảo sự đa dạng sinh học, đảm bảo mức độ “xanh hóa” trong hoạt động sản xuất nông nghiệp.

5. Kết luận

Nhằm đáp ứng mục tiêu thúc đẩy đổi mới, tăng tính cạnh tranh và hướng đến phát triển bền vững cho khu vực và toàn cầu, trong thời gian qua, EU đã và đang triển khai đồng bộ các nhóm giải pháp, trong đó, thúc đẩy các doanh nghiệp thực hiện CSR, hay thực hành kinh doanh có đạo đức được xem là một trong những ưu tiên về mặt chính sách của khu vực này. Với nền tảng pháp lý đầu tiên chính là việc ban hành một chiến lược riêng về CSR doanh nghiệp, trong đó tập trung vào các lĩnh vực ưu tiên về cải cách kinh tế, thúc đẩy

sự năng động trong kinh doanh, cải cách việc làm và gắn kết xã hội, thúc đẩy bảo vệ môi trường... EU cũng đã thực thi hàng loạt các sáng kiến nhằm hỗ trợ, khuyến khích các doanh nghiệp tuân thủ và thực hiện đầy đủ CSR. Cùng với đó, việc phối hợp với các Tổ chức và định chế quốc tế, yêu cầu các doanh nghiệp tuân thủ thực hiện theo các chuẩn mực đã được thông qua trên phạm vi toàn cầu, cho thấy ý nghĩa và tầm quan trọng của CSR đối với không chỉ bản thân các doanh nghiệp, mà còn đóng góp chung cho sự phát triển bền vững trên toàn thế giới.

Tài liệu tham khảo

Carroll, A. B. (1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility towards the Moral Management of Organizational Stakeholders, *Business Horizons*, 34 (4), 39-48. [http://dx.doi.org/10.1016/0007-6813\(91\)90005-G](http://dx.doi.org/10.1016/0007-6813(91)90005-G)

CEPES. (2019). Hợp tác xã cấp một: là nơi tập hợp ít nhất ba thành viên có các lợi ích chung hoặc cam kết kinh tế xã hội tương tự. Hợp tác xã cấp hai: họ tập hợp ít nhất hai hợp tác xã, với mục tiêu tăng cường hoạt động kinh tế, là một hợp tác xã của hợp tác xã. https://www.cepes.es/social/ntidades_cooperativas&lng=en#:~:text=First%2Ddegree%20co%2Doperatives%3A,operatives'%20co%2Doperative%E2%80%9D

EU. (2014). Corporate Social Responsibility: National Public Policies in the European Union.

EU. (2022). Just and sustainable economy: Commission lays down rules for companies to respect human rights and environment in global value chains. https://ec.europa.eu/commission/press-corner/detail/en/IP_22_1145

European Commission. (2011). A renewed EU strategy 2011-14 for corporate social responsibility. <http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0681:FIN:en:PDF>

European Commission. (2011). *Communication from the commission to the European parliament, the council, the European economic and social committee and the committee of the regions A renewed EU strategy 2011-14 for Corporate Social Responsibility*. EUR-Lex - 52011DC0681 - EN (europa.eu).

European Commission. (2019). Corporate Social Responsibility, Responsible Business Conduct, and Business and Human Rights: Overview of Progress. <https://ec.europa.eu/docsroom/documents/34482>

European Commission. (2021a). Corporate sustainability and responsibility. https://single-market-economy.ec.europa.eu/industry/sustainability/corporate-sustainability-and-responsibility_en

European Commission. (2021b). Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs. https://commission.europa.eu/about-european-commission/departments-and-executive-agencies/internal-market-industry-entrepreneurship-and-smes_enhttps://commission.europa.eu/about-european-commission/departments-and-executive-agencies/internal-market-industry-entrepreneurship-and-smes_en

European Parliament. (2009). Briefing note for the meeting of the EMPL Committee 5 October 2009 regarding the exchange of views on the Lisbon Strategy and the EU cooperation in the field of social inclusion. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A52000DC0130>

Freedman. (1970). The social responsibility of business is to increase its profits., *The New York Time Magazine*. vol.13. <https://www.nytimes.com/1970/09/13/archives/a-friedman-doctrine-the-social-responsibility-of-business-is-to.html>

Habisch, A. & cộng sự. (2005). Corporate social responsibility across Europe. http://www.untag-smd.ac.id/files/Perpustakaan_Digital_1/CORPORATE%20SOCIAL%20RESPONSIBILITY%20Corporate_social_responsibility_across_europe.pdf?fbclid=IwAR3FpC7olbu8mjofeg9SLGVQKQH LZ50FCj7KVioDsVcjLwz8Nle1nVgxGxY

Heredia, J.N. (2021). Analysis of CSR policies in the Agrifood industry: The case of Anecoop. https://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/194347/TFG_2021_NovaHeredia_Javier.pdf?sequence=1

https://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2009_2014/documents/empl/dv/lisbonstrategybn/lisbonstrategybn_en.pdf

Kitzmüller, M., & Shimshack, J. (2012). Economic Perspectives on Corporate Social Responsibility. *Journal of Economic Literature*. 50 (1), 51-84. <http://dx.doi.org/10.1257/jel.50.1.51>

Krüger, P. (2015). Corporate goodness and shareholder wealth. *Journal of Financial Economics*. 115(2), 304-329. <https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2014.09.008>

Ministry of Employment and Social Security. (2015). Spanish strategy for cooperate social responsibility. <https://www.mites.gob.es/ficheros/rse/documentos/eerse/EERSE-Ingles-web.pdf>

Noti, K. & cộng sự. (2020). Corporate social responsibility (CSR) and its implementation into EU Company law. [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2020/658541/IPOL_STU\(2020\)658541_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2020/658541/IPOL_STU(2020)658541_EN.pdf)

Steurer, R., Martinuzzi, A. & Margula, S. (2011). *Public policies on CSR in Europe: Themes, instruments, and regional differences*, corporate social responsibility and vironmental management corp. Soc. Responsib. Environ. Mgmt. 19, 206-227 (2012). https://www.researchgate.net/publication/229921027_Public_Policies_on_CSR_in_Europe_Themes_Instruments_and_Regional_Differences

United Nation. (1987). *Report of the World Commission on Environment and Development Our Common Future*.

Williamson, N. & cộng sự. (2014). Corporate Social Responsibility: National Public Policies in the European Union: Conpendium 2014. <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/corporate-social-responsibility-national-public-policies-european-union-compendium-2014>

World Bank. (2004). Public sector roles in strengthening corporate social responsibility: taking stock. <https://documents1.worldbank.org/curated/en/548301468313740636/pdf/346560CSR1Taking1Stock.pdf>

Yildiz, A., & Ozerim, M.K. (2014). Corporate Social Responsibility in European Context, In book: Contemporary Issues in Corporate Social Responsibility (pp.43-55) Publisher: Lexington Books, Editors: Duygu Türker, Huriye Toker, Ceren Altuntaş Vural. https://www.researchgate.net/publication/294428397_Corporate_Social_Responsibility_in_Europe_an_Context.