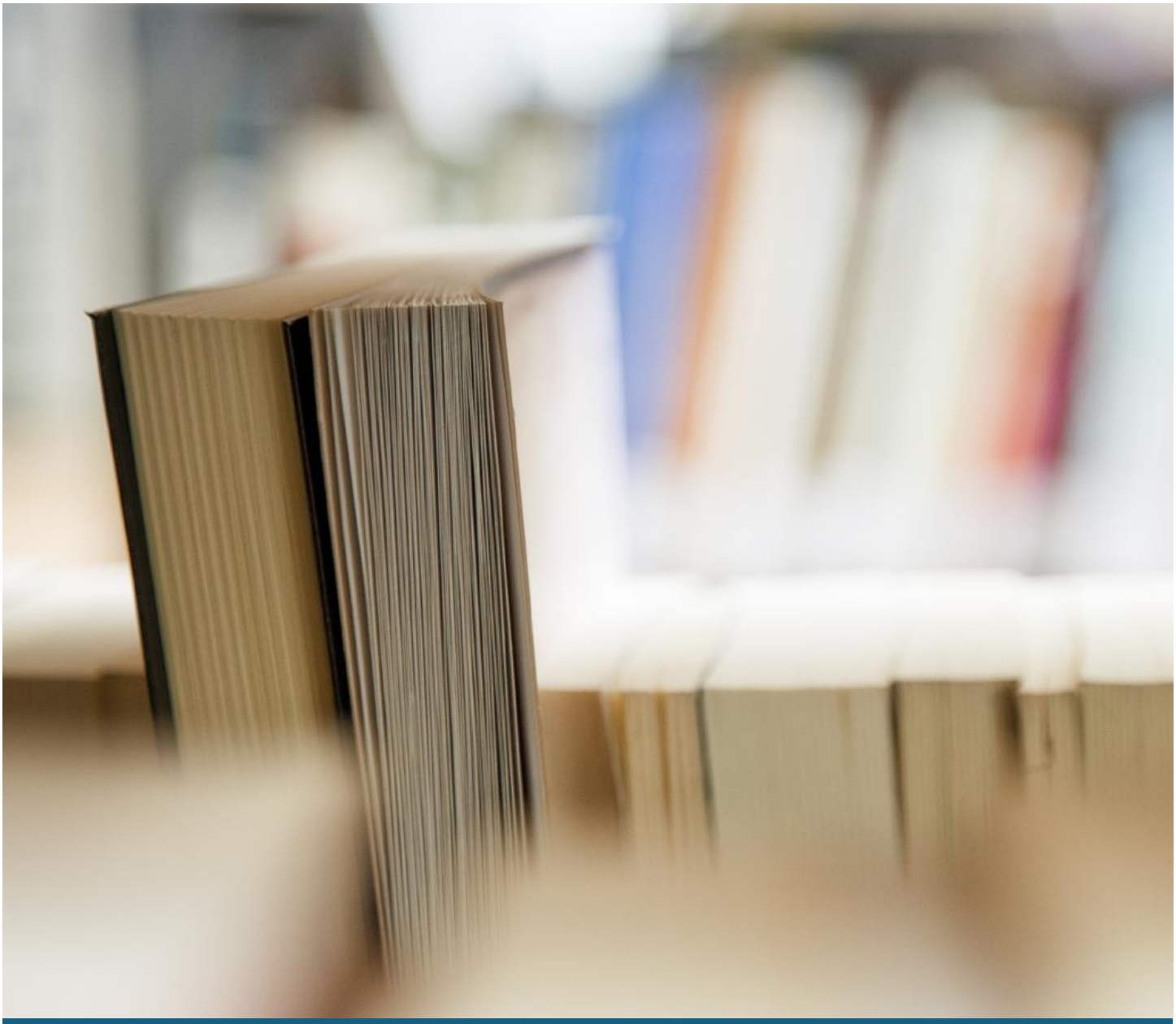

Phân Tích Một Số Vấn Đề Xã Hội Bên Ngoài Thuộc Trụ Cột S Trong Đánh Giá ESG Doanh Nghiệp

ESG Consulting

Hung NINH

3/17/24

ESG

Phân Tích Một Số Vấn Đề Xã Hội Bên Ngoài Thuộc Trụ Cột S Trong Đánh Giá ESG Doanh Nghiệp

Trụ cột S trong ESG bao gồm hàng loạt các yếu tố có thể được phân loại thuộc bên trong và bên ngoài doanh nghiệp. Sau bài viết về các yếu tố xã hội nội bộ bên trong doanh nghiệp, hôm nay chúng tôi sẽ cung cấp cho các bạn một cái nhìn tổng quan về một số vấn đề xã hội chính bên ngoài có thể được các nhà đầu tư hoặc các bên liên quan khác quan tâm.

Sự Phản Đối Của Các Bên Liên Quan (Stakeholder Opposition) và Nguồn Cung Ứng Gây Tranh Cãi (Controversial Sourcing)

Khi một công ty hoạt động trong một lĩnh vực nhất định, nó nên cố gắng tạo mối quan hệ tốt với các bên liên quan, bao gồm cả cộng đồng địa phương. Điều này đảm bảo rằng công ty có thể tiếp tục hoạt động mà không có sự can thiệp chính trị hoặc phản đối và gián đoạn không chính thức. Các công ty nên tập trung vào các cộng đồng địa phương (nằm gần hoạt động (cả sản xuất và phân phối) của các công ty) và nhận ra cách họ có thể tham gia vào các quy trình của các bên liên quan để hiểu nhu cầu và mối quan tâm của họ và cách giải quyết những vấn đề này. Một cách để thiết lập sự tham gia từ dưới lên là sử dụng Free Prior Informed Consent (Tự nguyện - Trước - Thông báo - Chấp thuận - FPIC).

Ví Dụ:

Free Prior Informed Consent (FPIC)

Một công ty phát triển dự án bất động sản dân sự hay công nghiệp có kế hoạch phát triển trên một khu đất của tổ tiên hoặc sử dụng tài nguyên của những ngôi làng thuộc sở hữu của người bản địa nên thành lập FPIC:

Free - Tự nguyện: Đơn giản có nghĩa là không có sự thao túng hoặc ép buộc người dân bản địa và quá trình này được tự định hướng bởi những người bị ảnh hưởng bởi dự án.

Prior – Trước: Ngụ ý rằng sự đồng ý nên được công ty nỗ lực đạt được từ các bên liên quan trực tiếp một cách đầy đủ trước khi bất kỳ hoạt động nào được bắt đầu hoặc ủy quyền, và thời gian để quá trình tham vấn xảy ra phải được đảm bảo bởi các đại lý liên quan.

Informed - Thông báo: Gợi ý rằng những người bản địa có liên quan nhận được thông tin thỏa đáng về các điểm chính của dự án, chẳng hạn như:

- bản chất của nó;
- kích thước của nó;
- tốc độ của nó;
- khả năng đảo ngược của nó;
- phạm vi dự án;
- lý do cho nó; và
- thời lượng của nó.

"Thông báo" là thuật ngữ khó hơn trong bốn thuật ngữ, vì các nhóm khác nhau có thể tìm thấy một số thông tin nhất định có liên quan hơn. Người dân bản địa cũng nên có quyền truy cập vào các báo cáo chính về tác động kinh tế, môi trường và văn hóa mà dự án sẽ có. Ngôn ngữ được sử dụng phải có thể được hiểu bởi người dân bản địa.

Cuối cùng, **Consent** - Chấp thuận: Có nghĩa là một quá trình trong đó sự tham gia và tham vấn là trụ cột trung tâm.

Nguồn cung ứng gây tranh cãi cũng là một vấn đề đối với các công ty, với các nhà cung cấp hoạt động ở các nền kinh tế mới nổi. Các công ty tận hưởng các sản phẩm giá rẻ của các nhà cung cấp của họ, nhưng khi các thực tế hoạt động dẫn đến chi phí thấp của nhiều trong các chuỗi này được đưa ra ánh sáng, thường sẽ xuất hiện các phản đối về đạo đức của các hoạt động này.

Một ví dụ khá nổi tiếng là trường hợp khoáng sản xung đột và kim cương máu (conflict minerals and blood diamonds), là tài nguyên thiên nhiên được khai thác trong khu vực xung đột và được bán để duy trì cuộc chiến. Ví dụ nổi bật nhất là ở các tỉnh phía đông của Cộng hòa Dân chủ Congo (DRC), nơi nhiều nhóm quân đội, nhóm nổi dậy và các tổ chức bên ngoài đã thu lợi từ việc khai thác mỏ trong khi góp phần vào bạo lực và bóc lột trong các cuộc chiến tranh trong khu vực.

Các nhà đầu tư nên nhận thức được các vấn đề liên quan đến các nguồn cung ứng gây tranh cãi và sự phản đối của các bên liên quan vì chúng có thể trở thành rủi ro kinh doanh và uy tín cho công ty được đầu tư.

Trách Nhiệm Sản Phẩm Và Bảo Vệ Người Tiêu Dùng

Bảo vệ người tiêu dùng đề cập đến luật pháp và các hình thức quy định khác của chính phủ được thiết kế để bảo vệ quyền của người tiêu dùng. Nó dựa trên quyền của người tiêu dùng, hoặc ý tưởng rằng người tiêu dùng có quyền vốn có đối với sức khỏe và an toàn cơ bản. Chúng được bảo vệ bởi:

- thực thi an toàn sản phẩm;
- phân phối thông tin liên quan đến người tiêu dùng; và
- ngăn chặn tiếp thị lừa đảo.

Trách nhiệm sản phẩm là trách nhiệm pháp lý đối với một doanh nghiệp đối với việc sản xuất hoặc bán hàng hóa bị lỗi. Luật pháp được xây dựng trên nguyên tắc rằng các nhà sản xuất và nhà cung cấp có nhiều kiến thức về sản phẩm hơn người tiêu dùng. Do đó, các doanh nghiệp này phải chịu trách nhiệm khi xảy ra sự cố (ngay cả khi người tiêu dùng cũng có phần có lỗi).

Các trường hợp trách nhiệm sản phẩm có thể dẫn đến các vụ kiện dân sự và các bản án bồi thường tài chính cho nguyên đơn. Chúng có thể gây ra hậu quả cho giá cổ phiếu của một công ty nếu nó bị buộc thu hồi sản phẩm quan trọng hoặc các vụ kiện cáo. Các nhà đầu tư nên tính đến điều này trong phân tích đầu tư của họ. Có ba loại trách nhiệm sản phẩm chính:

- các doanh nghiệp phải chịu trách nhiệm với người tiêu dùng khi tòa án phát hiện ra lỗi thiết kế;
- lỗi sản xuất; hoặc

- thất bại trong việc cảnh báo người tiêu dùng về một mối nguy hiểm có thể xảy ra.

Trách nhiệm sản phẩm có khả năng dẫn đến rủi ro danh tiếng vì người tiêu dùng có thể dễ dàng bày tỏ ý kiến của mình thông qua phương tiện truyền thông xã hội hoặc tẩy chay sản phẩm hoặc dịch vụ. Đặc biệt đối với các sản phẩm tiêu dùng, các nhà phân tích nên nhận thức được những rủi ro như vậy.

Các Cơ Hội Xã Hội (Social Opportunities)

Thiếu cơ hội xã hội, đặc biệt là ở các nước đang phát triển, là một vấn đề xã hội quan trọng. Nhiều **Mục tiêu Phát triển Bền vững (SDGs) của Liên Hợp Quốc** tập trung vào lĩnh vực này. Các cơ hội xã hội thường được hiểu là khả năng tiếp cận các nhu cầu và dịch vụ cơ bản trong các lĩnh vực khác nhau liên quan đến y tế (bao gồm nước), giáo dục, năng lượng, nhà ở và tài chính toàn diện.

Ban đầu, chỉ có các nhà đầu tư cụ thể như các tổ chức tài chính phát triển, tổ chức phi chính phủ và quỹ tập trung vào các chủ đề này. Ví dụ, họ đầu tư vào các tổ chức tài chính vi mô và các quỹ tác động khác để đảm bảo rằng mọi người có quyền tiếp cận các sản phẩm và dịch vụ liên quan đến truyền thông, tài chính, sức khỏe và dinh dưỡng. Tuy nhiên, cho phép tiếp cận rộng rãi và giá cả phải chăng đối với các sản phẩm và dịch vụ cơ bản cũng đã được chứng minh là một mô hình kinh doanh tốt và ngày càng được coi là cơ hội cho cả doanh nghiệp và nhà đầu tư. Điều này đặc biệt đúng khi điều chỉnh các khoản đầu tư với khung SDG hoặc cố gắng đạt được cả lợi ích đầu tư tài chính và lợi ích xã hội.

Chỉ số phát triển xã hội (**Social Process Index**) hiện nay được sử dụng khá phổ biến trên thế giới. Đây là chỉ số đánh giá toàn diện mức độ mà các quốc gia cung cấp các nhu cầu xã hội, môi trường, và phúc lợi cho người dân một cách tổng thể hơn là các chỉ số kinh tế đơn lẻ. Hiện tại (năm 2022), Việt Nam với điểm số phát triển xã hội là 68,18.

Một công cụ tương tự có thể được sử dụng bởi các nhà đầu tư là **Access to Medicine Index** (Chỉ số Tiếp cận Thuốc). Công cụ này phân tích cách 20 công ty dược phẩm lớn nhất thế giới đang giải quyết việc tiếp cận thuốc ở 106 quốc gia có thu nhập thấp đến trung bình đối với 82 loại bệnh, tình trạng và mầm bệnh. Nó đánh giá các công ty này trong các lĩnh vực mà họ có tiềm năng và trách nhiệm lớn nhất để tạo ra sự thay đổi, chẳng hạn như nghiên cứu và phát triển (R &D) và giá cả các loại thuốc.

Phúc Lợi Động Vật Và Kháng Kháng Sinh

Mối quan tâm về phúc lợi động vật đã trở nên phổ biến hơn đối với người tiêu dùng và nhà đầu tư khi họ ngày càng nhận ra rằng không chỉ là vấn đề đạo đức khi giảm thiểu tác hại gây ra cho động vật, mà còn quan trọng để hiểu các tác động tiêu cực đến sức khỏe con người do thực hành thâm canh quá mức với gia súc hay gia cầm. Do tình trạng kháng kháng sinh (tức là vi khuẩn, vi rút và một số ký sinh trùng trở nên kháng kháng sinh, thuốc kháng vi-rút và thuốc chống sốt rét), các phương pháp điều trị tiêu chuẩn ngày càng trở nên không hiệu quả và nhiễm trùng vẫn tồn tại, có thể dẫn đến tử vong và tăng lây lan sang người khác.

Một sáng kiến đầu tư đang phát triển tập trung và tham gia vào các rủi ro và cơ hội liên quan đến chăn nuôi thâm canh là **Farm Animal Investment Risk and Return** (Rủi ro và lợi nhuận đầu tư chăn nuôi trang trại - FAIRR). FAIRR tập trung đặc biệt vào tỷ lệ kháng kháng sinh gia tăng do thực hành thâm canh và quản lý kháng sinh kém. Các công ty hoạt động theo những cách này có nhiều khả năng phải đối mặt với các vụ kiện và áp lực để thay đổi thực hành của họ.

Hung Ninh – ESG Transformation Lead

YTT Consulting