

Ngày 03 tháng 12 năm 2018

Các doanh nghiệp nhìn thấy lợi ích về mặt kinh tế từ việc hỗ trợ chuỗi cung ứng tăng cường phát triển bền vững

- *Các doanh nghiệp trên toàn thế giới đang ủng hộ chuỗi cung ứng của họ phát triển bền vững hơn, với kỳ vọng điều này tác động tích cực về mặt tài chính của doanh nghiệp*
- *Các tiêu chuẩn phát triển bền vững liên quan đến môi trường và đạo đức được các doanh nghiệp sản xuất và dịch vụ hoạt động tại Việt Nam đánh giá rất quan trọng*

Các doanh nghiệp đang hoạt động trong hệ sinh thái phức hợp của chuỗi cung ứng toàn cầu đang có xu hướng tìm kiếm sự phát triển bền vững để đạt được các lợi ích tiềm năng về tài chính.

Theo kết quả khảo sát của HSBC '*Navigator: Hiện tại, tương lai và ý nghĩa với doanh nghiệp*', thực hiện với 8.500 công ty tại 34 thị trường, các doanh nghiệp đang có xu hướng thực hiện các thay đổi mang tính bền vững đối với các chuỗi cung ứng của họ nhằm nâng cao kết quả kinh doanh.

Nhìn chung, yếu tố phát triển bền vững về mặt môi trường và đạo đức được các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực sản xuất và dịch vụ tại Việt Nam đánh giá rất quan trọng. Khoảng 90% các doanh nghiệp cho rằng họ thực hiện kiểm soát các chuỗi cung ứng của mình dựa trên các tiêu chuẩn đạo đức và môi trường. Chỉ một phần nhỏ các doanh nghiệp tham gia khảo sát (9%) cho rằng tính bền vững của chuỗi cung ứng không phải là trọng tâm của doanh nghiệp.

Đối với cả hai nhóm doanh nghiệp trong lĩnh vực sản xuất và dịch vụ, thực hiện những thay đổi liên quan đến bền vững và đạo đức chủ yếu để nâng cao lợi nhuận và kết quả hoạt động kinh doanh (96% doanh nghiệp sản xuất, 100% doanh nghiệp dịch vụ), kế đến là nhằm mang lại hiệu quả về mặt chi phí (94% đối với cả hai nhóm doanh nghiệp).

Ở góc độ toàn cầu, khoảng một phần ba (31%) doanh nghiệp trên toàn thế giới có kế hoạch thực hiện những thay đổi mang tính bền vững đối với các chuỗi cung ứng của mình trong vòng ba năm tới. Đối với những doanh nghiệp thực hiện những thay đổi này, hiệu quả chi phí (84%) và nâng cao doanh thu và kết quả kinh doanh (cùng 84%) là những động lực chính dẫn đến sự thay đổi.

Xu hướng này xuất hiện khi các doanh nghiệp đối mặt với áp lực ngày càng tăng từ phía khách hàng buộc họ phải minh bạch và bền vững hơn về nguồn cung của mình. Với khoảng 80% những tác động về mặt môi trường của một doanh nghiệp nằm ở chuỗi cung ứng của doanh nghiệp đó¹, những chỉ số 'xanh' của các nhà cung cấp và đối tác chiến lược là những yếu tố rất quan trọng ảnh hưởng đến danh tiếng và hoạt động của một doanh nghiệp.

Winfield Wong, Giám đốc Toàn quốc Khối Dịch vụ Ngân hàng Doanh nghiệp, HSBC Việt Nam cho biết, "Các doanh nghiệp Việt Nam hiện đang hòa nhập vào hệ sinh thái các chuỗi cung ứng quốc tế. Để phát triển trong môi trường mang tính cạnh tranh cao

này, các doanh nghiệp hiện đang hiểu được tầm quan trọng của việc đặt các yếu tố về môi trường, xã hội và quản trị doanh nghiệp vào trọng tâm hoạt động của mình.”

Đối với các doanh nghiệp sản xuất tại Việt Nam, khi được hỏi về những thay đổi chính mà doanh nghiệp sẽ thực hiện liên quan đến chuỗi cung ứng trong vòng ba năm tới, gần một nửa (46%) doanh nghiệp tham gia khảo sát cho biết họ có kế hoạch mở rộng hoạt động kinh doanh ra các thị trường mới, và khoảng một phần ba (32%) doanh nghiệp có kế hoạch chọn nhà cung cấp dựa trên các thông lệ phát triển bền vững của họ. Phững thay đổi liên quan đến chuỗi cung ứng chủ yếu được thực hiện nhằm nâng cao lợi nhuận của doanh nghiệp (79%).

Các doanh nghiệp trong lĩnh vực dịch vụ cũng có cùng mục tiêu với các doanh nghiệp trong lĩnh vực sản xuất. Hơn ba phần tư (77%) doanh nghiệp hy vọng có thể tăng lợi nhuận thông qua những thay đổi thực hiện đối với các chuỗi cung ứng, với các chiến lược chính bao gồm mở rộng hoạt động ra thị trường mới (38%) cũng như tăng cường sử dụng công nghệ số (31%).

Theo kết quả khảo sát, trên toàn thế giới, sự minh bạch được hơn một phần tư (26%) doanh nghiệp đánh giá là tiêu chuẩn chính khi họ tìm kiếm nhà cung cấp mới, trong bối cảnh người tiêu dùng ngày càng muốn biết các sản phẩm họ mua đến từ đâu cũng như các yếu tố liên quan đến con người, loài vật và môi trường được sử dụng như thế nào trong suốt quá trình sản xuất.

Thêm vào đó, các nhà điều hành chính sách và các nhà đầu tư đang đặt nhiều áp lực lên các doanh nghiệp buộc họ công khai các thông lệ mang tính bền vững của doanh nghiệp. Điều này lý giải vì sao 85% doanh nghiệp muốn đạt được một tiêu chuẩn bền vững được ghi nhận trong ngành hoặc trên thị trường.

Các doanh nghiệp tại các thị trường mới nổi, như Việt Nam, cũng đang nỗ lực nâng cao các chuẩn mực về đạo đức và môi trường². Hơn một phần năm (21%) doanh nghiệp có trụ sở đặt tại các thị trường mới nổi có kế hoạch cải thiện điều này trong vòng hai năm tới, so với 15% các doanh nghiệp tại các thị trường phát triển.

Quá trình chuyển đổi vì một tương lai bền vững hơn mang lại nhiều lợi ích cho doanh nghiệp, và ngân hàng cũng đóng một vai trò nhất định trong đó. HSBC với mạng lưới toàn cầu, chuyên môn về tài chính, các giải pháp và sự kết nối toàn cầu có thể hỗ trợ các doanh nghiệp thực hiện các bước cần thiết để tăng tính bền vững và duy trì lợi thế cạnh tranh trên thị trường thế giới.

¹ [CDP Supply Chain Report 2016 | 2017](#)

² [Emerging markets as defined by the UN.](#)

Thông tin báo chí vui lòng liên hệ:

Uyên Mai

028 35203273

uyenmai@hsbc.com.vn

Ghi chú cho Ban Biên tập:

HSBC Navigator: Hiện tại, tương lai và ý nghĩa với doanh nghiệp

Báo cáo HSBC Navigator bao gồm cuộc khảo sát toàn cầu đánh giá ý kiến và kỳ vọng của doanh nghiệp về hoạt động thương mại và tăng trưởng kinh doanh, được thực hiện đối với 8.650 nhân sự chủ lực - những người ra quyết định trong hoạt động kinh doanh - tại 34 thị trường. Nghiên cứu được thực hiện bởi Kantar TNS cho HSBC từ tháng 8 đến tháng 9 năm 2018. HSBC Navigator giúp các doanh nghiệp tận dụng các cơ hội mới và đưa ra các quyết định sáng suốt cho tương lai thông qua những hiểu biết về triển vọng thương mại quốc tế.

PUBLIC

Xem nội dung báo cáo đầy đủ tại www.business.hsbc.com/trade-navigator

Khối Dịch vụ tài chính doanh nghiệp HSBC

Với hơn 150 năm hoạt động, chúng tôi có mặt tại những thị trường có sự tăng trưởng, kết nối khách hàng với các cơ hội. Ngày nay, Khối Dịch vụ tài chính doanh nghiệp của HSBC phục vụ khoảng 1,7 triệu khách hàng doanh nghiệp tại 53 thị trường, từ các doanh nghiệp nhỏ chủ yếu hoạt động tại các thị trường nội địa đến các doanh nghiệp lớn có hoạt động giao thương quốc tế. Cho dù đó là các dịch vụ về vốn lưu động, các khoản vay kỳ hạn, tài trợ thương mại hay các giải pháp thanh toán và quản lý tiền tệ, chúng tôi đều cung cấp các công cụ và kiến thức chuyên sâu cần thiết để giúp các doanh nghiệp phát triển. Là khối kinh doanh nền tảng của Tập đoàn HSBC, chúng tôi mở ra cho các doanh nghiệp khả năng tiếp cận mạng lưới hoạt động rộng khắp tại các thị trường nắm giữ hơn 90% dòng vốn và thương mại toàn cầu.

Để biết thêm thông tin chi tiết, vui lòng truy cập: <http://www.hsbc.com/about-hsbc/structure-and-network/commercial-banking>

Tập đoàn HSBC

HSBC Holdings plc, công ty mẹ của Tập đoàn HSBC, có trụ sở chính tại London. Tập đoàn phục vụ cho các khách hàng thông qua hơn 3.800 văn phòng tại 66 quốc gia và vùng lãnh thổ ở châu Á, châu Âu, Bắc Mỹ và châu Mỹ La-tinh, Trung Đông và Bắc Phi. Với tài sản trị giá 2.603 tỷ đô la Mỹ tính đến ngày 30 tháng 9 năm 2018, Tập đoàn HSBC là một trong những tổ chức ngân hàng và dịch vụ tài chính lớn nhất trên thế giới.

HSBC Việt Nam

Ngân hàng HSBC có mặt tại Việt Nam trên 140 năm. Ngân hàng mở văn phòng đầu tiên ở Sài Gòn (nay là Thành phố Hồ Chí Minh) vào năm 1870. Tháng 1 năm 2009, HSBC là ngân hàng nước ngoài đầu tiên thành lập ngân hàng 100% vốn nước ngoài với tên gọi Ngân hàng TNHH một thành viên HSBC (Việt Nam). Hiện tại, mạng lưới hoạt động của ngân hàng bao gồm hai chi nhánh và năm phòng giao dịch tại TP. Hồ Chí Minh, một chi nhánh và bốn phòng giao dịch tại Hà Nội, hai chi nhánh tại Bình Dương và Đà Nẵng. HSBC hiện là một trong những ngân hàng nước ngoài lớn nhất tại Việt Nam xét về vốn, cơ cấu sản phẩm, và số lượng khách hàng.

ends/all