

Deloitte.



Báo cáo Bền vững CxO 2022

Khoảng cách giữa tham vọng và tác động

Punit Renjen, Tổng Giám đốc Deloitte Toàn cầu

Tháng 8/2021, Tổng thư ký Liên Hợp Quốc António Guterres từng dùng từ “báo động đỏ cho nhân loại” khi nói đến các dự báo khí hậu đề cập trong báo cáo của Ủy ban Liên chính phủ về Biến đổi Khí hậu (IPCC). Báo cáo được công bố vào thời điểm xảy ra trận lũ lụt lịch sử ở Tây Âu và Trung Quốc khiến nhiều người thiệt mạng; hỏa hoạn vượt ngoài tầm kiểm soát ở Địa Trung Hải và miền Tây Hoa Kỳ; nắng nóng khắc nghiệt ở Tây Bắc Thái Bình Dương, Bắc Mỹ. Theo dự đoán trong báo cáo, những thảm họa tương tự có khả năng xảy ra với tần suất thường xuyên hơn – và tính chất nghiêm trọng hơn.

Từ tháng 9 đến tháng 10/2021, ngay khi Báo cáo IPCC được công bố, Deloitte đã tiến hành khảo sát với hơn 2.000 Giám đốc cấp cao (C-suite) trên 21 quốc gia để tìm hiểu các vấn đề quan tâm và hành động của lãnh đạo các doanh nghiệp và doanh nghiệp liên quan đến biến đổi khí hậu và tính bền vững của môi trường. Chúng tôi muốn hiểu cách các giám đốc cấp cao (CxO) thay đổi doanh nghiệp của họ để đối phó với tình trạng hiện tại.

Mặc dù không một cá nhân hoặc tổ chức nào có thể đơn phương giải quyết vấn đề biến đổi khí hậu, nhưng lãnh đạo các doanh nghiệp có diễn đàn để ủng hộ những nỗ lực biến đổi khí hậu của chính tổ chức của họ, kêu gọi nhân viên tham gia các hành động có ý nghĩa, ủng hộ những hoạt động ứng phó với biến đổi khí hậu của các tổ chức khác, hợp tác và sáng tạo ra những giải pháp bền vững trong các ngành và lĩnh vực. Hơn nữa, các CxO cũng ở vị thế tốt hơn trong công cuộc thúc đẩy sự thay đổi này: Theo nghiên cứu của chúng tôi, so với công chúng nói chung*, các CxO có vẻ hiểu biết hơn và quan tâm nhiều hơn đến biến đổi khí hậu.

Khí hậu thực sự đang là vấn đề khiến các nhà điều hành trên thế giới đau đầu. Theo kết quả của cuộc khảo sát mới nhất chúng tôi thực hiện, sự quan tâm của các CxO về tương lai của hành tinh đã tăng lên đáng kể trong tám tháng qua – nhưng họ cũng lạc quan rằng hành động ngay lập tức có thể tạo ra sự khác biệt. Họ hiểu tương lai của hành tinh phụ thuộc vào việc cắt giảm carbon khi thực hiện các hoạt động kinh doanh, và việc đưa những sáng kiến phát triển bền vững hơn vào hoạt động của doanh nghiệp, một số CxO đang đối diện với vấn đề biến đổi khí hậu ở đúng mức độ cần thiết tương ứng với tính nghiêm trọng và cấp bách của thách thức này.



Punit Renjen
Tổng Giám đốc Deloitte Toàn cầu

Punit Renjen, Tổng Giám đốc Deloitte Toàn cầu

Khoảng 2/3 trong số hơn 2.000 nhà lãnh đạo tham gia khảo sát cho biết tổ chức của họ đang sử dụng các vật liệu bền vững hơn và nâng cao hiệu quả sử dụng năng lượng. Hơn một nửa cho biết tổ chức đã sử dụng các máy móc, công nghệ và thiết bị tiết kiệm năng lượng hoặc thân thiện với khí hậu. Phần lớn doanh nghiệp chủ động giảm thiểu việc di chuyển bằng đường hàng không. Tiến trình vận hành chống biến đổi khí hậu là có thật.

Tuy nhiên, vẫn có khoảng cách giữa tham vọng và hành động. Chúng ta đã đi đủ xa trên hành trình chống biến đổi khí hậu để biết rằng những thay đổi thực chất chỉ có thể bắt đầu những hành động quyết liệt của cả tập thể.

Khảo sát của chúng tôi cho thấy một nhóm các lãnh đạo – chiếm khoảng 19% trong số người tham gia khảo sát – cho biết tổ chức của họ có vai trò là hình mẫu để học hỏi trong việc giải quyết các vấn đề liên quan đến tính bền vững một cách hiệu quả và hiệu suất, đồng thời họ cũng nhận lại được những lợi ích.

Các tổ chức hàng đầu này đã thực hiện ít nhất bốn trong số năm hành động phát triển bền vững mang tính “thay đổi cục diện” (ví dụ: phát triển các sản phẩm hoặc dịch vụ mới thân thiện với môi trường hoặc yêu cầu các nhà cung cấp và đối tác kinh doanh đáp ứng các tiêu chí bền vững). Lãnh đạo của các tổ chức này quan tâm hơn đến biến đổi khí hậu và nhiều khả năng sẽ biến cam kết thành hành động. Có vẻ như họ không xem chi phí và mục tiêu ngắn hạn là trở ngại. Nói cách khác, họ hiểu cái giá phải trả của việc không hành động. Do đó, họ nhận thấy một số lợi ích bao gồm lợi nhuận, sự hài lòng của các bên có lợi ích liên quan và hiệu suất cao hơn. Các CxO khác có thể học hỏi từ họ.

Cuộc chiến chống biến đổi khí hậu không chỉ có duy nhất một lựa chọn, mà có hàng tỷ lựa chọn. Không có hành động nào là hành động vô nghĩa, nhưng có một số hoạt động và quyết định mang tính chất “thay đổi cục diện”. Cần có những hành động quyết liệt hơn từ phía các lãnh đạo doanh nghiệp ngay bây giờ — khi vẫn còn thời gian để giảm thiểu thiệt hại.

Đã đến lúc chứng minh rằng chúng ta sẵn sàng vượt thử thách.



Punit Renjen
Tổng Giám đốc Deloitte Toàn cầu

Biến đổi khí hậu và giám đốc cấp cao

Khoảng cách giữa tham vọng và tác động

Mối quan tâm và sự lạc quan của lãnh đạo cấp cao về khí hậu đã tăng lên đáng kể trong vài tháng qua. Tuy nhiên, vẫn tồn tại những khoảng cách giữa quan điểm của các CxO với động lực để hành động, các hoạt động đang thực hiện cũng như ảnh hưởng các CxO đang kiến tạo. Có những bài học từ một nhóm nhỏ lãnh đạo của các tổ chức dẫn đầu trong các hoạt động chống biến đổi khí hậu để chúng ta có thể học hỏi.



Tóm tắt

Sự quan ngại của các CxO về khí hậu đã tăng lên trong vài tháng qua, nhưng đồng thời, họ cũng lạc quan rằng những hành động ngay lập tức có thể tạo ra sự khác biệt. Tuy nhiên, theo khảo sát của Deloitte với hơn 2.000 CxO trên 21 quốc gia, vẫn có khoảng cách tồn tại giữa quan điểm và động lực, hành động mà các tổ chức đang triển khai và ảnh hưởng các CxO đang kiến tạo.

Tiêu điểm:

Khoảng hai phần ba các lãnh đạo cấp cao tham gia khảo sát cho biết công ty của họ rất quan ngại về vấn đề biến đổi khí hậu và 79% cho rằng thế giới đang ở thời điểm quan trọng – trong khi con số này chỉ đạt 59% trong [khảo sát tương tự của Deloitte](#) thực hiện vào đầu năm 2021. Mỗi quan ngại của họ phản ánh qua những tác động do biến đổi khí hậu đang gây ra:

- **97% công ty nhận thấy tác động tiêu cực** của biến đổi khí hậu.
- **8/10 CxO cho biết cá nhân họ bị ảnh hưởng** bởi hiện tượng khí hậu trong năm qua.
- Họ cảm thấy **áp lực từ các cổ đông về việc cần phải hành động**.

Tuy nhiên, các CxO vẫn khá lạc quan:

- **88% các CxO tham gia khảo sát đồng tình rằng nếu hành động ngay, có thể hạn chế những tác động tồi tệ nhất của biến đổi khí hậu**. Tỷ lệ này vào tám tháng trước chỉ là 63%.

Mặc dù các công ty đang hành động, nhưng dường như họ ít thực hiện được các hành động chứng minh rằng họ đã lồng ghép những cân nhắc về khí hậu vào văn hóa doanh nghiệp và có được sự ủng hộ và ảnh hưởng của lãnh đạo cấp cao để tạo ra những thay đổi thực sự ý nghĩa.

- Ví dụ, họ thường sử dụng **“các vật liệu bền vững”** hơn là **“phát triển sản phẩm hoặc dịch vụ mới thân thiện với môi trường.”**

Ngoài ra, các CxO tiếp tục phải vật lộn với những chi phí ngắn hạn của việc chuyển đổi sang một tương lai phát thải thấp. Năm lợi ích được xếp hạng thấp nhất trong quan điểm của các CxO: doanh thu từ cả hoạt động kinh doanh đã có từ lâu và hoạt động kinh doanh mới, giá trị tài sản, chi phí đầu tư và biên lợi nhuận hoạt động.

Bài học từ các lãnh đạo —**chiếm 19% số CxO tham gia khảo sát**—những người đang **thực hiện ít nhất bốn trong số năm hành động mang tính chất “thay đổi cục diện”** dưới đây:

- Phát triển các sản phẩm hoặc dịch vụ mới thân thiện với khí hậu;
- Yêu cầu nhà cung cấp và đối tác kinh doanh đáp ứng các tiêu chí bền vững cụ thể;
- Hiện đại hóa hoặc di dời các cơ sở hạ tầng để các cơ sở có khả năng chống chịu tốt hơn với tác động khí hậu;
- Đưa các cân nhắc về khí hậu vào vận động hành lang và quyên góp chính trị; và
- Ràng buộc lương thưởng của lãnh đạo cấp cao với hiệu suất của các hoạt động bền vững.

So với các lãnh đạo cấp cao khác, nhóm lãnh đạo này có nhiều khả năng hơn nhìn được những lợi ích đến từ nỗ lực của họ và ít có khả năng coi chi phí và các ưu tiên ngắn hạn là trở ngại—có lẽ đây là một dấu hiệu cho thấy họ hiểu được cái giá phải trả của việc không hành động vì khí hậu.

Báo cáo của chúng tôi chỉ rõ hơn về khoảng cách giữa tham vọng, hành động và tác động, đồng thời đưa ra khuyến nghị về các bước CxO có thể thực hiện để bắt đầu thu hẹp những khoảng cách này.

Phần lớn các lãnh đạo cấp cao tin rằng thế giới đang ở thời điểm quan trọng để ứng phó với biến đổi khí hậu, dù sự lạc quan vẫn đang tăng lên

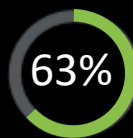
Mức độ đồng tình hoặc không đồng tình của bạn với những nhận định về khí hậu dưới đây?

(chọn các đáp án phù hợp)

Đồng ý/Rất đồng ý

T1-T2/2021 (n = 750) T9-T10/2021 (n = 2.083)

Nếu có hành động ngay lập tức, chúng ta có thể hạn chế những tác động tồi tệ nhất của biến đổi khí hậu và có một tương lai được tốt đẹp hơn.



Thế giới đang ở thời điểm quan trọng để ứng phó với biến đổi khí hậu và tương lai có thể sẽ theo hướng khác.



Chúng ta đã ở thời điểm không thể làm gì, đã quá muộn để khắc phục thiệt hại do biến đổi khí hậu gây ra.



89%

Các lãnh đạo cấp cao đồng ý rằng biến đổi khí hậu đang ở mức độ khẩn cấp trên toàn cầu



81%

Các lãnh đạo cấp cao cho rằng cá nhân họ bị ảnh hưởng bởi những hiện tượng khí hậu theo nhiều cách



63%

Các lãnh đạo cấp cao cho biết tổ chức của họ rất quan tâm tới biến đổi khí hậu

Mối quan ngại về biến đổi khí hậu đã tăng đáng kể trong nhiều tháng qua

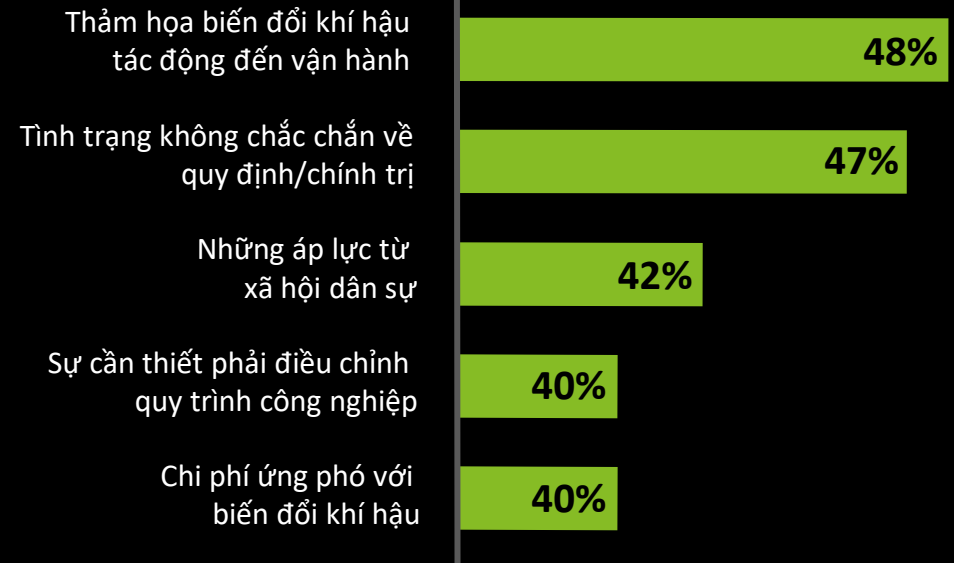
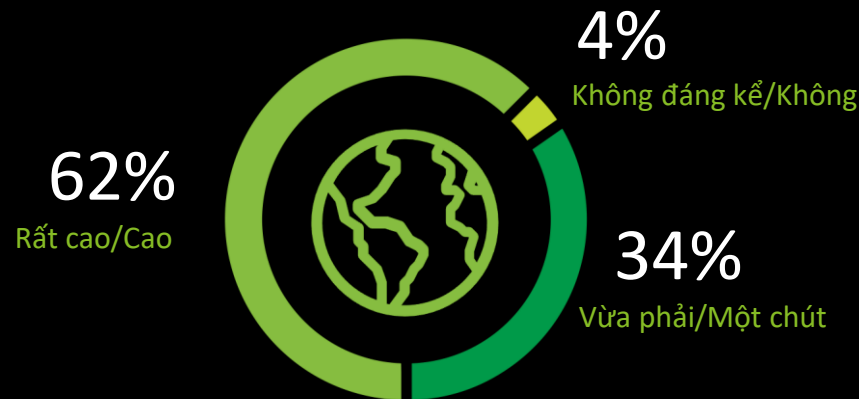
- Gần 79% lãnh đạo cấp cao cho rằng thế giới đang ở thời điểm quan trọng để ứng phó với biến đổi khí hậu so với tỷ lệ 59% vào tám tháng trước. Mặc dù phải đối mặt với sức ép ở thời điểm hiện tại, các lãnh đạo cấp cao vẫn có lạc quan với tỷ lệ 88% tham gia khảo sát (tăng so với tỷ lệ 63% vào tám tháng trước) đồng ý rằng nếu có những hành động kịp thời, chúng ta có thể hạn chế các tác động tồi tệ nhất của biến đổi khí hậu.
- CxO ở những quốc gia Úc, Brazil, Ấn Độ, Mexico, và châu Phi đặc biệt chịu nhiều tác động từ biến đổi khí hậu tác động nhất, đồng thời cũng quan ngại nhiều nhất về vấn đề biến đổi khí hậu. Những ngành quan tâm nhiều nhất đến biến đổi khí hậu: Sản phẩm tiêu dùng, Ô tô, Công nghệ, Vận tải/Khách sạn.

Gần như tất cả lãnh đạo tham gia khảo sát cho biết công ty của họ bị ảnh hưởng bởi biến đổi khí hậu



Năm vấn đề hàng đầu đang tác động tới các công ty
(có thể lựa chọn tất cả các đáp án)

Bạn đánh giá như thế nào về mức độ tác động của biến đổi khí hậu đến chiến lược và hoạt động của công ty trong ba năm tới?



Những hiện tượng khí hậu đang làm gián đoạn hoạt động của doanh nghiệp ... và nhân viên:

- Hầu hết tất cả các lãnh đạo tham gia khảo sát (97%) cho biết công ty của họ chịu những tác động tiêu cực từ biến đổi khí hậu. Theo chia sẻ của khoảng một nửa CxO cho biết hoạt động doanh nghiệp của họ đã bị ảnh hưởng bởi các sự kiện liên quan đến khí hậu, tác động tiêu cực xảy ra nhiều là mô hình kinh doanh bị phá vỡ và mạng lưới cung ứng toàn cầu bị đứt gãy.
 - Các quốc gia đối mặt nhiều nhất với tác động lên hoạt động doanh nghiệp: Úc, Trung Quốc, Nhật Bản, Anh, Mỹ, và Canada.
- Mối quan tâm lớn thứ hai của các CxO là sự không chắc chắn do thay đổi quy định và môi trường chính trị.
 - Các quốc gia đối mặt nhiều nhất với tác động đến từ quy định: Hà Lan, Ý, Anh, Pháp, và Đức.
- Hơn một phần ba các CxO cho biết biến đổi khí hậu đang ảnh hưởng tới sức khỏe thể chất và tinh thần của nhân viên.

Các lãnh đạo nói gì về những vấn đề môi trường

“Thời tiết khắc nghiệt đang hiện hữu ngay lúc này và ảnh hưởng đến chúng tôi theo cách chúng tôi chưa từng biết đến — từ hiệu ứng vòm nhiệt vào mùa hè năm ngoái buộc chúng tôi phải giảm tốc độ tàu điện trên cao do nhiệt độ của đường sắt đến hiện tượng dòng sông khí quyển vào mùa thu năm ngoái làm ngập một trong số các nhà ga. Chúng ta cần phải thích nghi và xây dựng khả năng phục hồi cho cơ sở hạ tầng ngay bây giờ — chúng ta không còn nhiều thời gian để bàn về việc này nữa.”

—Christine Dacre, Giám đốc Tài chính, TransLink

“Việc biến đổi khí hậu gây ra những gián đoạn ngày càng trở thành một phần quan trọng hơn trong những cân nhắc thường ngày của chúng ta — ví dụ như cách chúng ta suy nghĩ đến việc mua lại tài sản dài hạn.”

—Thinus Keevé, Giám đốc Phát triển Bền vững, Tài sản, Xuất khẩu, Coles

“Vào tháng 11/2021, chúng tôi đã trải qua một số hiện tượng thời tiết cực đoan, buộc phải đóng cửa các tuyến đường cao tốc và đường sắt trên toàn tỉnh, cuộc sống thường ngày bị gián đoạn đáng kể. **Trong 10 ngày, YVR là mạng lưới giao thông duy nhất hoạt động hết công suất, để mọi người đi lại và vận chuyển hàng hóa thiết yếu từ Vancouver** tới các khu vực còn lại của B.C. Biến đổi khí hậu đặt ra mối đe dọa lớn nhất với ngành công nghiệp và cuối cùng là hành tinh của chúng ta. Chúng tôi tin rằng chúng ta có nghĩa vụ chung trong việc bảo vệ mình khỏi mối đe dọa này.”

—Tamara Vrooman, Chủ tịch & Giám đốc Điều hành, Sân bay Quốc tế Vancouver (YVR)

“Những rủi ro vật lý và rủi ro chuyển đổi của biến đổi khí hậu đều có ý nghĩa đặc biệt quan trọng đối với các tổ chức trong tất cả các ngành. **Nhưng chúng ta thường quên rằng, việc ứng phó với biến đổi khí hậu sẽ mang lại những cơ hội**, và đó là lý do tại sao ở Manulife, chúng tôi đang đầu tư vào những công nghệ và tìm ra những sáng kiến mới.”

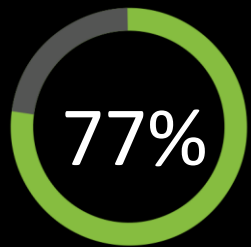
—Sarah Chapman, Giám đốc Phát triển Bền vững Toàn cầu, Manulife

Các bên có lợi ích liên quan đang tạo áp lực buộc các công ty phải hành động

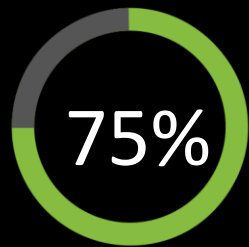
Công ty bạn đang cảm nhận áp lực buộc phải hành động ở mức độ nào từ các bên có lợi ích liên quan?

(chọn các đáp án phù hợp)

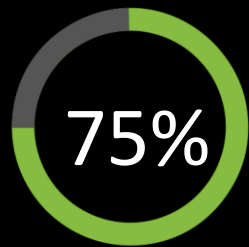
■ Cảm thấy áp lực ở mức độ cao/vừa phải



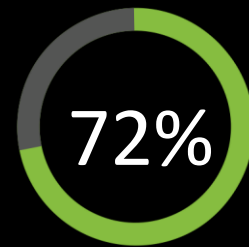
Cơ quan lập pháp/
Chính phủ



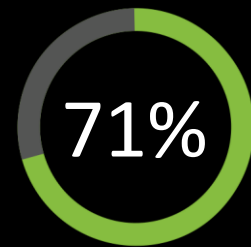
Thành viên HĐQT/
Điều hành



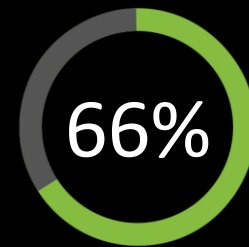
Người tiêu dùng/
Khách hàng



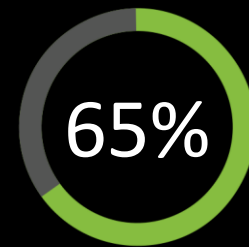
Xã hội dân sự
(VD: báo chí, các nhà hoạt động
vì môi trường)



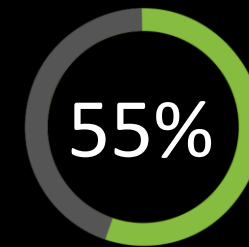
Cổ đông/
Nhà đầu tư



Đối thủ cạnh tranh/
Doanh nghiệp cùng ngành



Nhân viên



Ngân hàng/
Bên cho vay

Nơi các công ty thấy áp lực phải hành động

- Các công ty cảm nhận áp lực cần phải có hành động từ các bên có lợi ích liên quan khác nhau từ các cơ quan lập pháp đến khách hàng và nhân viên ở mức độ vừa phải/cao.
- Tình trạng không chắc chắn từ các quy định pháp luật và tình hình chính trị mới xuất hiện là vấn đề hàng đầu liên quan đến khí hậu mà các doanh nghiệp đang đối mặt. Do đó, không ngạc nhiên khi các cơ quan lập pháp/chính phủ được coi là người có sức ảnh hưởng hàng đầu về những vấn đề này.
- Một phần tư trong số lãnh đạo tham gia khảo sát cho biết họ không cảm nhận được áp lực/rất ít áp lực từ các thành viên hội đồng quản trị/ban quản lý.

Lãnh đạo các doanh nghiệp nói gì về áp lực từ các bên có lợi ích liên quan

“Các thành viên trong nhóm chúng tôi chia sẻ họ tự hào thế nào khi được là một phần trong những công việc thúc đẩy phát triển bền vững. Họ yêu thích công việc và nhìn thấy sự bền vững ở các cửa hàng, họ hiểu những điều chúng tôi đang làm và cách thức chúng tôi đóng góp.”

–*Thinus Keevé, Giám đốc Phát triển Bền vững, Tài sản, Xuất khẩu, Coles*

“Đối với công ty chúng tôi, để được cân nhắc là một lựa chọn đầu tư tốt, chúng tôi phải chứng minh với các nhà đầu tư rằng chúng tôi đang bảo vệ môi trường ở hiện tại và tương lai như thế nào. Điều kiện để trở thành một phần của công ty là chắc chắn rằng bạn quan tâm đến môi trường và thực sự đang làm những điều có ý nghĩa.”

–*Tom Doll, Chủ tịch & Giám đốc Điều hành, Subaru of America*

“Khách hàng và thành viên góp vốn muốn chúng tôi phải chịu trách nhiệm. Họ không chỉ đơn giản muốn biết các mục tiêu dài hạn. Họ muốn biết, ở thời điểm hiện tại, chúng tôi đang làm gì để chạm được tới đích đó.”

–*Ralf Nielsen, Giám đốc Phát triển Bền vững Doanh nghiệp, TransLink*

“Chúng tôi biết rằng di chuyển bằng máy bay không phải là vấn đề; mà vấn đề chính là carbon. Dù rằng chúng tôi đang hoạt động trong ngành nhiên liệu hóa thạch, chúng tôi gần như không phải để tâm tới việc bỏ lỡ lời kêu gọi của các bên liên quan yêu cầu chúng tôi cần làm nhiều hơn để thúc đẩy sự bền vững. Các nhân viên đều có động lực từ công việc và cảm thấy tự hào về những thay đổi chúng tôi đang kiến tạo.”

–*Tamara Vrooman, Chủ tịch & Giám đốc Điều hành, Sân bay Quốc tế Vancouver (YVR)*

“Với phần lớn các công ty, việc có một kế hoạch bền vững không còn là điểm tạo sự khác biệt, mà là sự kỳ vọng từ khách hàng và nhân viên. Là một thương hiệu nhượng quyền lớn trên toàn cầu, chúng tôi có vai trò quan trọng trong quá trình chuyển đổi sang thế giới mà tại đó lượng phát thải ròng bằng không.”

–*Sarah Chapman, Giám đốc Phát triển Bền vững Toàn cầu, Manulife*

Khoảng cách giữa tham vọng và hành động của các công ty trong nỗ lực bảo vệ hành tinh



Công ty bạn đã thực hiện hành động hoặc điều chỉnh nào dưới đây nhằm thúc đẩy sự phát triển bền vững?

(chọn các đáp án phù hợp)

HÀNH ĐỘNG HÀNG ĐẦU ĐƯỢC THỰC HIỆN

67%

Sử dụng nhiều nguyên vật liệu bền vững hơn
(ví dụ: nguyên liệu tái chế, sản phẩm có lượng phát thải thấp hơn)

66%

Tăng hiệu quả sử dụng năng lượng
(ví dụ: hiệu suất năng lượng ở các tòa nhà)

57%

Sử dụng máy móc, công nghệ và thiết bị thân thiện với môi trường, hoặc tiết kiệm nhiên liệu

57%

Đào tạo nhân viên về những hành động chống biến đổi khí hậu và tác động của những hành động đó

55%

Giảm thiểu việc di chuyển bằng đường hàng không sau đại dịch

NHỮNG HÀNH ĐỘNG KHÓ THỰC HIỆN VÀ MANG TÍNH “THAY ĐỔI CỤC DIỆN” *

49%

Phát triển sản phẩm và dịch vụ mới thân thiện với môi trường

46%

Yêu cầu nhà cung cấp và đối tác kinh doanh đáp ứng chỉ tiêu bền vững cụ thể

44%

Hiện đại hóa hoặc di dời các cơ sở hoạt động để các cơ sở có khả năng chống chịu tốt hơn với tác động khí hậu

40%

Đưa các cân nhắc về khí hậu vào vận động hành lang và quyền góp chính trị

37%

Ràng buộc lương thưởng của lãnh đạo cấp cao với hiệu suất của các hoạt động bền vững

Hơn một phần ba các tổ chức không thực hiện nhiều hơn một trong năm hành động bền vững mang tính “thay đổi cục diện”

- Dường như các công ty ít thực hiện được các hành động chứng minh rằng họ đã lồng ghép những cân nhắc về khí hậu vào văn hóa doanh nghiệp và có được sự ủng hộ và ảnh hưởng của lãnh đạo cấp cao để tạo ra những thay đổi thực sự ý nghĩa.
- 84% các CxO nói biết nhiều khả năng họ sẽ bỏ phiếu cho những ứng viên chính trị bảo vệ khí hậu nhưng chỉ 40% nói rằng công ty của họ đang đưa ra những quyết định về khí hậu vào các hoạt động vận động hành lang chính trị.

* Được định nghĩa dựa trên phân tích của Deloitte

Các nhà lãnh đạo nói gì về

những hoạt động doanh nghiệp đang triển khai

“Việc có một Giám đốc Phát triển Bền vững (CSO) là một điều rất quan trọng đối với mỗi tổ chức, nhưng vị trí đó sẽ phát huy hiệu quả cao nhất nếu cá nhân đảm nhận vị trí đó có thâm niên đủ lâu trong tổ chức và có tư duy kinh doanh. **Vai trò của CSO sẽ như là người chỉ huy các hoạt động kinh doanh khác nhau và điều phối những thay đổi giữa các bên có lợi ích liên quan.**”

–Sarah Chapman, Giám đốc phát triển bền vững toàn cầu, Manulife

“Chúng tôi đã đặt mục tiêu đạt mức phát thải ròng bằng không vào năm 2030. Để hiện thực hóa mục tiêu này, chúng tôi hiện đang **lên kế hoạch cân bằng giữa việc thích ứng với những thay đổi về khí hậu và khả năng phục hồi, cũng như giảm phát thải khí nhà kính.** Công việc bao gồm các thay đổi về cơ sở vật chất, ví dụ như thu giữ và lưu trữ năng lượng tại chỗ. Có cái nhìn xa vượt tên các hoạt động trực tiếp và thực hiện các khoản đầu tư hỗ trợ ngành này nói chung, ví dụ như đầu tư vào nhiên liệu bền vững cho ngành hàng không, vận chuyển đến sân bay và từ sân bay đi cho cả con người và hàng hóa.

–Tamara Vrooman, Chủ tịch và CEO, Sân bay Quốc tế Vancouver(YVR)

“**Trong hơn 15 năm, tất cả sản phẩm của Subaru được sản xuất tại các cơ sở không xả rác.** Nhưng chúng tôi biết chúng tôi có cơ hội để làm được nhiều hơn thế, vậy nên, vào năm 2015, Subaru of America đã khởi động sáng kiến Sabura yêu Trái đất (Subaru loves the Earth), kết hợp với các đơn vị bán lẻ và khách hàng để tái chế các mặt hàng khó tái chế, đồng thời hợp tác với các công viên quốc gia, giảm thiểu đáng kể lượng chất thải trong ba công viên thí điểm. Chúng tôi tiếp tục đồng hành với Tập đoàn Subaru trong những hành động chống lại biến đổi khí hậu, trong năm nay, chúng tôi rất vui mừng ra mắt Subaru Solterra - chiếc SUV điện mới của chúng tôi.”

–Tom Doll, Chủ tịch - Giám đốc điều hành, Subaru of America (SOA)

“Chúng tôi loại bỏ hoàn toàn bộ dụng cụ ăn uống bằng nhựa sử dụng một lần vào tháng 7/2021, bởi chúng tôi cảm thấy đây là việc đúng đắn cần làm. Chúng tôi cũng cam kết không đem tặng các sản phẩm bằng nhựa hoặc những món đồ chơi được làm từ nhựa tái chế. Trong khi những món đồ này còn phổ biến, **nhưng đôi lúc chúng tôi phải đi ngược lại với lợi ích thương mại, thể hiện quyết tâm và làm những điều đúng đắn.**”

–Thinus Keevé, Giám đốc Phát triển Bền vững, Bất động sản và Xuất khẩu, Coles

CxO có thể không đánh giá đầy đủ những lợi ích lợi ích của việc đưa tính bền vững vào chiến lược và hoạt động kinh doanh



Tôi hoàn toàn đồng ý những nỗ lực phát triển bền vững hiện tại của công ty sẽ có tác động tích cực đến những điều sau đây...
(chọn các đáp án phù hợp)

▲ TOP 5 LỢI ÍCH ĐƯỢC LỰA CHỌN NHIỀU NHẤT

49%

Nhận diện và danh tiếng của thương hiệu

46%

Sự hài lòng của khách hàng (VD: đáp ứng kỳ vọng của khách hàng)

43%

Giải quyết vấn đề biến đổi khí hậu

42%

Sức khỏe tinh thần và hạnh phúc của nhân viên

39%

Đổi mới trong các dịch vụ hoặc/ và hoạt động

▼ 5 LỢI ÍCH ÍT ĐƯỢC LỰA CHỌN NHẤT

32%

Doanh thu/ lợi nhuận từ các hoạt động kinh doanh mới

31%

Giá trị các tài sản

30%

Tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu

30%

Chi phí đầu tư

28%

Doanh thu từ các hoạt động kinh doanh đã có từ lâu

Một số CxO không nhìn ra được các lợi ích tài chính có thể nhận được từ các hoạt động phát triển bền vững

- CxO lựa chọn nhận diện và danh tiếng của thương hiệu, sự hài lòng của khách hàng và sức khỏe tinh thần và hạnh phúc của nhân viên là ba trong top 4 lợi ích hàng đầu thu được từ những nỗ lực phát triển bền vững của công ty họ. Từ đó có thể thấy, với rất nhiều CxO, các hoạt động vì môi trường mang lại lợi ích cho các mối quan hệ của doanh nghiệp với các bên có lợi ích liên quan.
- Những lợi ích được xếp hạng thấp nhất (trong đó có các lợi ích tài chính) cho thấy, các CxO tiếp tục phải vật lộn với những chi phí ngắn hạn của việc chuyển đổi sang một tương lai phát thải thấp.
- Nhìn chung, 43% lãnh đạo tham gia khảo sát tin rằng các nỗ lực phát triển bền vững của tổ chức họ sẽ giải quyết vấn đề biến đổi khí hậu theo một cách có ý nghĩa.

Các nhà lãnh đạo nói gì về

Những lợi ích từ các chiến lược về khí hậu của họ

“Chúng tôi đã và đang là doanh nghiệp quan tâm và hiểu rõ vấn đề liên quan đến môi trường trong nhiều năm, tất cả khách hàng của chúng tôi đều biết và mong đợi điều này. Họ sẵn sàng trả giá cao cho các sản phẩm của chúng tôi vì họ biết những khoản này đang được đầu tư vào những việc chúng tôi đóng góp cho cộng đồng và môi trường.”

–Tom Doll, Chủ tịch - Giám đốc điều hành, Subaru of America (SOA)

“Mọi người thường nói về các khoản đầu tư vào việc giải quyết vấn đề biến đổi khí hậu, nhưng lại không nhận ra những khoản tiết kiệm không đem lại những lợi ích trong dài hạn. **Đối với các khoản đầu tư vào khí hậu, bao gồm chiến lược ngắn hạn nhằm giảm thiểu lượng carbon phát thải, chúng tôi luôn xem xét toàn bộ vòng đời, chứ không chỉ là khoản đầu tư trước mắt.**”

–Christine Dacre, Giám đốc tài chính, TransLink

“Đã có bằng chứng cho thấy việc đấu tranh chống biến đổi khí hậu cũng mang lại những cơ hội. Sẽ có những khoản chi phí nhưng cũng sẽ có cơ hội để phát triển từ việc giảm thiểu hệ quả của biến đổi khí hậu.”

–Sarah Chapman, Giám đốc phát triển bền vững toàn cầu, Manulife

“Bảo vệ hành tinh của chúng ta không chỉ là điều đúng đắn cần phải làm; đó cũng là cơ hội kinh doanh bền vững và khả thi cho cả sân bay và các đối tác của chúng tôi. Điều này nghe có vẻ không hợp lý, nhưng thực sự, chi phí trong dài hạn để bắt đầu bảo vệ trái đất ngay bây giờ sẽ tốn kém ít hơn so với việc đợi đến năm 2050 khi cần phải loại bỏ nhiều carbon hơn.”

–Tamara Vrooman, Chủ tịch - Giám đốc điều hành, Sân bay Quốc tế Vancouver(YVR)

Các nhà lãnh đạo vật lộn với những trở ngại trong ngắn hạn đang cản trở ảnh hưởng tích cực trong tương lai



Năm trở ngại hàng đầu khi thúc đẩy các nỗ lực phát triển bền vững
(chọn 2 phương án hàng đầu)

30%

Khó đo lường ảnh hưởng về môi trường

27%

Không đủ nguồn cung các nguyên liệu đầu vào bền vững hoặc phát thải thấp

27%

Quá tốn kém

25%

Tập trung vào các vấn đề kinh doanh ngắn hạn/nhu cầu từ các nhà đầu tư/cổ đông

24%

Phạm vi thay đổi cần thiết quá lớn

Những trở ngại thực sự, hay chỉ là những ưu tiên thấp?

- Năm trở ngại hàng đầu cho thấy nhiều công ty có thể đang gặp khó khăn trong việc giải thích về thiệt hại của việc không có những hành động vì môi trường.
- Gần một phần ba số CxO cho biết khó khăn trong việc đo lường ảnh hưởng của các hoạt động vì môi trường của doanh nghiệp là cản trở lớn nhất.
- Một phần tư số CxO cho biết một trở ngại lớn là áp lực đến từ việc các nhà đầu tư và cổ đông tập trung vào các vấn đề kinh doanh ngắn hạn. Cùng lúc đó, 71% CxO cho biết họ chịu áp lực từ chính nhóm CxO (ở mức độ từ vừa phải đến nghiêm trọng) về việc cần phải có hành động vì môi trường.

Các nhà lãnh đạo nói gì về những trở ngại cản trở việc hành động

“Công việc này **cần thời gian và đòi hỏi nhiều sự đầu tư trước mắt**, việc này có thể sẽ khó khăn khi bạn chưa thể nhìn thấy ngay được những lợi ích. Hơn nữa, bạn cần có một cái nhìn xa hơn về doanh nghiệp của bạn trong toàn bộ hệ sinh thái, bao gồm các nhà cung cấp, cơ sở hạ tầng và công nghệ hiện có. Bạn cần rất nhiều sự hợp tác của các bên liên quan vì không một tổ chức nào có thể đơn phương thực hiện được điều này.”

– Christine Dacre, Giám đốc tài chính, TransLink

“Rất nhiều người trở thành nạn nhân của chủ nghĩa tự vệ. **Điều này có thể là trở ngại để bắt đầu hành động**, đặc biệt khi bạn so sánh với những quốc gia hoặc những tổ chức khác đang làm hoặc tổ chức đang không làm gì. Hơn nữa, nỗi sợ thất bại cũng cản trở doanh nghiệp hành động trong khi chúng ta chỉ cần lao vào và bắt đầu hành động.”

– Tamara Vrooman, Chủ tịch - Giám đốc điều hành, Sân bay Quốc tế Vancouver(YVR)

“**Việc đo lường và công bố thông tin cũng phức tạp phần nào do không có một tiêu chuẩn hay khuôn mẫu nào**. Hiểu được phát thải phạm vi 3 trong danh mục đầu tư của chúng tôi là một thách thức vì chúng tôi chỉ có thể dựa vào báo cáo của các công ty khác hoặc các ước tính.”

– Sarah Chapman, Giám đốc phát triển bền vững toàn cầu, Manulife

“Chúng tôi có khoảng 8.000 nhà cung cấp trực tiếp và nhiều nhà cung cấp gián tiếp, và mặc dù hầu hết các nhà cung cấp đều rất ủng hộ những nỗ lực này, nhưng cũng có một số nhà cung cấp không chắc chắn cần phải làm gì hay bắt đầu từ đâu. Vậy nên, chúng tôi cần **đóng vai trò là người dẫn đường để giúp họ giảm thiểu những ảnh hưởng của chính họ**.”

– Thinus Keevé, Giám đốc Phát triển Bền vững, Bất động sản và Xuất khẩu, Coles

Các tổ chức dẫn đầu trong việc chống biến đổi khí hậu trên thế giới theo đuổi tương lai với mục tiêu

Dữ liệu của khảo sát cho thấy các CxO cần giải quyết một số khoảng cách giữa tham vọng và hành động trong việc thúc đẩy phát triển bền vững của họ so với ảnh hưởng thực tế. Nhưng vẫn có lý do để hy vọng. Khảo sát cho thấy một nhóm các tổ chức hàng đầu - 19% trong số lượng tham gia khảo sát - đã thực hiện ít nhất bốn trong năm hành động phát triển bền vững mang tính “thay đổi cục diện”:



Phát triển các sản phẩm hoặc dịch vụ mới thân thiện với khí hậu



Yêu cầu nhà cung cấp và đối tác kinh doanh đáp ứng các tiêu chí bền vững cụ thể



Hiện đại hóa hoặc di dời các cơ sở hoạt động để các cơ sở có khả năng chống chịu tốt hơn với tác động khí hậu



Đưa các cân nhắc về khí hậu vào vận động hành lang và quyên góp chính trị



Ràng buộc lương thưởng của lãnh đạo cấp cao với hiệu suất của các hoạt động bền vững

Mỗi khi tổ chức, ngành nghề và khu vực cần điều chỉnh các chiến lược phát triển bền vững của riêng mình, những hành động này là yếu tố quan trọng cấu thành nên khả năng lãnh đạo, bởi vì những hành động này đòi hỏi có: tư duy để nhìn được cả rủi ro của việc không hành động vì khí hậu và cả cơ hội của việc phát triển bền vững; một văn hóa trong đó vấn đề khí hậu được lồng ghép trong chiến lược kinh doanh; sự ủng hộ từ lãnh đạo cấp cao; và khả năng ảnh hưởng đến các bên thứ ba, bao gồm các đối tác kinh doanh, chính phủ và các cơ quan lập pháp.

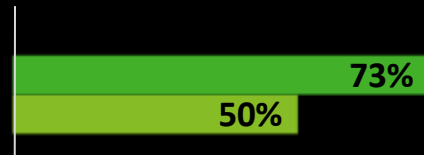
Hành động và tính cách tạo ra sự khác biệt giữa các lãnh đạo khi đối diện với vấn đề khí hậu



Những tổ chức chỉ thực hiện một hành động hoặc không thực hiện hành động nào trong số các hành động của nhóm dẫn đầu – chiếm 35% tổng số lãnh đạo tham gia khảo sát (gần gấp đôi số lượng lãnh đạo trong nhóm dẫn đầu) – rõ ràng đang tụt sau trong tiến trình chống biến đổi khí hậu.

Những nhà lãnh đạo lo lắng hơn

Tỷ lệ lãnh đạo cho rằng biến đổi khí hậu có ảnh hưởng lớn/rất lớn đến chiến lược của tổ chức họ trong vòng ba năm tới



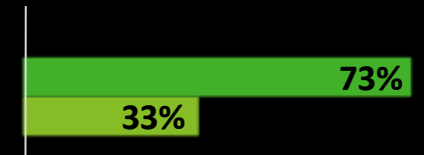
Tỷ lệ lãnh đạo “rất quan ngại” về vấn đề biến đổi khí hậu



■ Các tổ chức dẫn đầu* ■ Các tổ chức tụt hậu**

Những nhà lãnh đạo chủ động hơn

Số lượng hành động (trong tổng số 15 hành động) các công ty thực hiện như một phần nỗ lực thúc đẩy phát triển bền vững của doanh nghiệp



Tỷ lệ tổ chức đặt mục tiêu phát thải ròng bằng không trước/vào năm 2030



■ Các tổ chức dẫn đầu* ■ Các tổ chức tụt hậu**

*Các tổ chức dẫn đầu = CxO chiếm 19% tổng số lãnh đạo tham gia khảo sát mà tổ chức của họ đã triển khai ít nhất bốn trong năm hành động phát triển bền vững mang tính “thay đổi cục diện”.
 **Các tổ chức tụt hậu = CxO chiếm 35% tổng số lãnh đạo tham gia khảo sát mà tổ chức của họ chưa thực hiện một hành động hoặc không thực hiện hành động nào trong số năm hành động phát triển bền vững mang tính “thay đổi cục diện”.

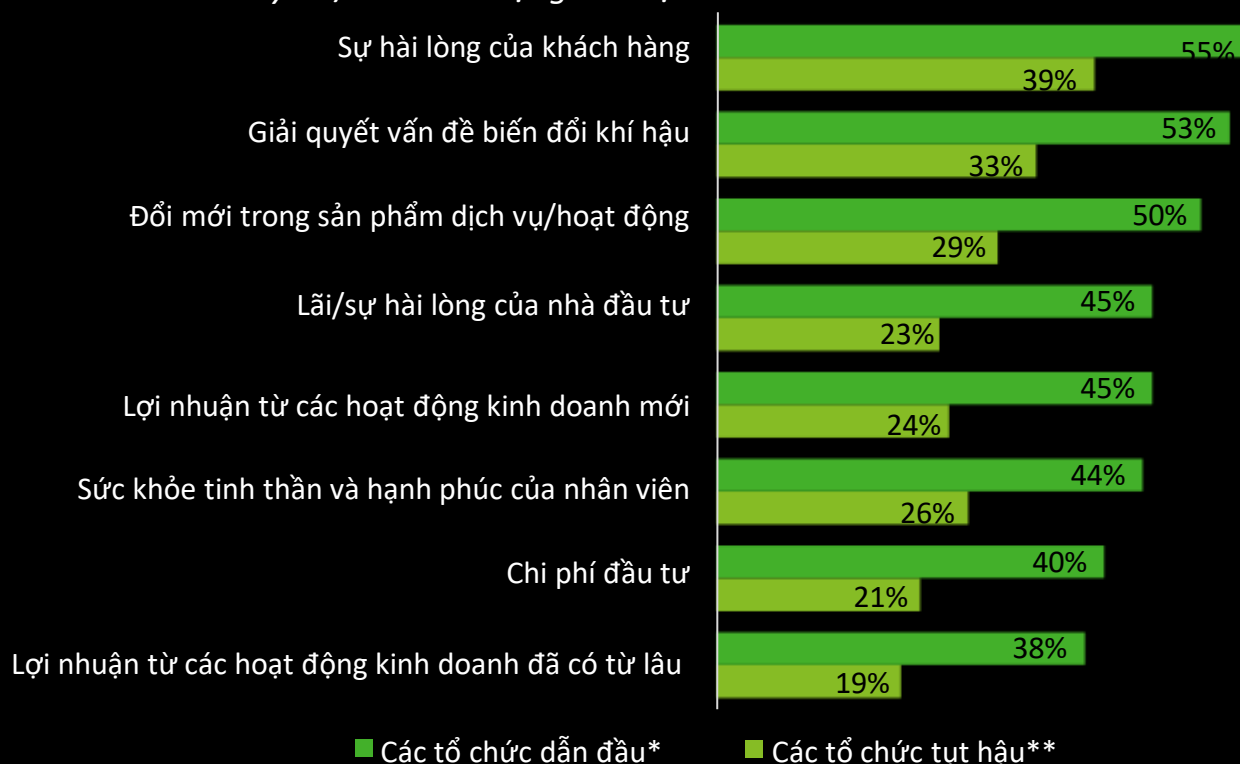
Hành động và tính cách tạo ra sự khác biệt

giữa các lãnh đạo khi đối diện với vấn đề khí hậu



Nhóm lãnh đạo dẫn đầu nhìn thấy những lợi ích tuyệt vời hơn cho những chiến lược về môi trường của họ

Tôi tin rằng những nỗ lực thúc đẩy phát triển bền vững của công ty hiện nay đã/sẽ có tác động tích cực đến ...



■ Các tổ chức dẫn đầu*

■ Các tổ chức tụt hậu**

*Các tổ chức dẫn đầu = CxO chiếm 19% tổng số lãnh đạo tham gia khảo sát mà tổ chức của họ đã triển khai ít nhất bốn trong năm hành động phát triển bền vững mang tính “thay đổi cục diện”.

**Các tổ chức tụt hậu = CxO chiếm 35% tổng số lãnh đạo tham gia khảo sát mà tổ chức của họ chưa thực hiện một hành động hoặc không thực hiện hành động nào trong số năm hành động phát triển bền vững mang tính “thay đổi cục diện”.

Nhà lãnh đạo dẫn đầu có những hành động quyết liệt hơn

- Lợi ích của việc trở thành một lãnh đạo dẫn đầu trong việc chống biến đổi khí hậu là rất rõ ràng, điều này thể hiện rõ trong hầu hết phần trong khảo sát của chúng tôi.
- So với các tổ chức tụt hậu, các nhà lãnh đạo dẫn đầu quan tâm nhiều hơn đến vấn đề biến đổi khí hậu. Họ có khả năng triển khai các hành động thích ứng với biến đổi khí hậu hoặc quản trị/quản lý mà họ được hỏi.
- Họ ít khi xem coi chi phí (những nhà lãnh đạo dẫn đầu chiếm 19% số lượng khảo sát so với các tổ chức tụt hậu chiếm 33% số lượng khảo sát) và việc tập trung vào hoạt động kinh doanh ngắn hạn (những nhà lãnh đạo dẫn đầu chiếm 24% số lượng khảo sát so với các tổ chức tụt hậu chiếm 27% số lượng khảo sát) là trở ngại đối với những sáng kiến bền vững của họ, có lẽ chính điểm này cho thấy họ hiểu hơn cái giá phải trả của việc không hành động và có những tầm nhìn ngắn hạn.

Đề xuất cho các tổ chức

Các tổ chức tìm cách thúc đẩy các hành động vì môi trường có thể học hỏi được gì từ các nhà lãnh đạo dẫn đầu trên phương diện: văn hóa, tư duy và tầm ảnh hưởng?

Mỗi công ty, ngành nghề và khu vực phải đối mặt với những thách thức khác nhau khi phát triển kế hoạch hành động vì sự bền vững của môi trường, điều này gây khó khăn cho cả các lãnh đạo dẫn đầu trong việc tiếp tục thúc đẩy chuyển đổi. Những bước sau đây có thể hỗ trợ các tổ chức đi đúng hướng:



Tuân theo các khuôn khổ đã được công nhận để giúp đặt ra các mục tiêu phù hợp và đánh giá tiến độ. Từ tính toán “dấu chân carbon” (tổng lượng khí thải carbon) đến thực hiện các quy trình báo cáo, các bên thứ ba như Sáng kiến các Mục tiêu dựa trên cơ sở khoa học ([The Science Based Targets initiative](#)) và [CDP](#) đưa ra hướng dẫn và các khuôn khổ đã được công nhận rộng rãi mà bạn có thể sử dụng để thiết lập mục tiêu và đo lường những hành động vì khí hậu có thể tin được.



Xây dựng kế hoạch cụ thể đảm bảo các mục tiêu dài hạn đi kèm với trách nhiệm trong ngắn hạn. Bởi vì nhiều CxO sẽ có thể nghĩ việc trước khi công ty đạt được mục tiêu mức phát thải ròng bằng không, điều quan trọng là cần có một kế hoạch hành động cụ thể bao gồm các mục tiêu và chính sách khuyến khích rõ ràng, có thể đo lường được trong ngắn hạn (VD: mỗi 2-5 năm) nhằm đảm bảo mục tiêu dài hạn vẫn đang đi đúng lộ trình.



Đào tạo lãnh đạo cấp cao và hội đồng quản trị. Các nhà lãnh đạo cấp cao ngày nay cần phải hiểu rõ về cách tổ chức bị tác động bởi biến đổi khí hậu — và cách tổ chức có thể kiến tạo những ảnh hưởng tích cực nhằm chống biến đổi khí hậu. Những lãnh đạo cấp cao và hội đồng quản trị cần đánh giá ảnh hưởng của hoạt động kinh doanh đến môi trường, cũng như tác động của thay đổi khí hậu đến hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.

Đề xuất cho các tổ chức (tiếp)



Tiếp cận các chỉ số về môi trường nghiêm ngặt như cách tiếp cận với các chỉ số hoạt động doanh nghiệp. Quy trình kiểm soát, giám sát quản lý và quản trị rủi ro áp dụng cho các chỉ số về môi trường nên được thực hiện tương tự như với các chỉ số khác về hiệu suất chính. Việc xác định và theo dõi kỹ lưỡng các chỉ số định tính, định lượng quan trọng nhất về môi trường sẽ giúp ban quản lý hiểu và truyền đạt lại về hiệu suất, rủi ro và cơ hội.



Thúc đẩy sự hợp tác. Mặc dù, theo truyền thống, các doanh nghiệp có quyền bảo vệ tài sản trí tuệ, nhưng việc giảm thiểu hậu quả của biến đổi khí hậu cần một cách tiếp cận khác. Bất kỳ nỗ lực nghiêm túc trong việc đối phó với biến đổi khí hậu trên toàn cầu đều đòi hỏi các lãnh đạo tạo ảnh hưởng đến hệ sinh thái của họ để lan tỏa ảnh hưởng vượt ra ngoài phạm vi hoạt động trong tổ chức của họ và giải quyết vấn đề biến đổi khí hậu ở mức độ hệ thống. Điều này bao gồm làm việc với nhà cung cấp, đối tác kinh doanh, khách hàng, các doanh nghiệp cùng ngành, chính phủ, cơ quan quản lý và các tổ chức phi chính phủ (NGO) để chia sẻ những thực tiễn quan trọng và khuyến khích những cam kết lớn hơn.



Đưa các cân nhắc về khí hậu vào tất cả các phần của hoạt động kinh doanh. Với nhiều người, đưa ra các cân nhắc/sự lựa chọn về vấn đề môi trường vào doanh nghiệp đồng nghĩa với việc phải có những sự chuyển đổi mô hình kinh doanh cơ bản, các tác động đến sức tiêu dùng, nhân tài, chuỗi cung ứng, phát triển sản phẩm, các mối quan hệ với khách hàng... Điều này đòi hỏi cần phải có những quy trình mới cũng như sự thay đổi tư duy trong toàn bộ lực lượng lao động của công ty, các nhà cung cấp và khách hàng của công ty.

Dữ liệu cho thấy, không phải tất cả các doanh nghiệp đều đang ở cùng một giai đoạn trong hành trình kiến tạo ảnh hưởng đến môi trường/khí hậu của họ, nhưng tất cả các công ty sẽ sớm cần chuyển từ "tại sao?" đến "làm thế nào?" đến "nhẹ nhàng thế nào?" khi nói đến chuyện việc bắt đầu hành động vì môi trường. Chúng ta đang trong một thập kỷ quyết định trong hành trình chống lại biến đổi khí hậu và cần có những hành động quyết liệt, tạo ra những kết quả có thể đo lường được, để đẩy nhanh tốc độ can thiệp - khi chúng ta vẫn còn thời gian để hạn chế những thiệt hại do biến đổi khí hậu gây ra.

Phương pháp luận

Báo cáo dựa trên cuộc khảo sát với 2.083 giám đốc điều hành cấp cao (CxO). Khảo sát do KS&R Inc. và Deloitte thực hiện, trong tháng 9 và tháng 10 năm 2021, khảo sát ý kiến của lãnh đạo các doanh nghiệp đến từ 21 quốc gia: 44% đến từ Châu Âu/Nam Phi; 31% đến từ Châu Mỹ; và 24% đến từ Châu Á - Thái Bình Dương.* Tất cả các ngành nghề chính đều được đại diện trong mẫu của chúng tôi. Ngoài ra, KS&R và Deloitte đã tiến hành các cuộc phỏng vấn trực tiếp chọn lọc với lãnh đạo doanh nghiệp đầu ngành toàn cầu.



Số lượng nhân viên

- Dưới 5.000: 41%
- 5.000 đến 9.999: 24%
- 10.000 đến 19.999: 16%
- 20.000 đến 49.999: 10%
- Hơn 50.000: 10%

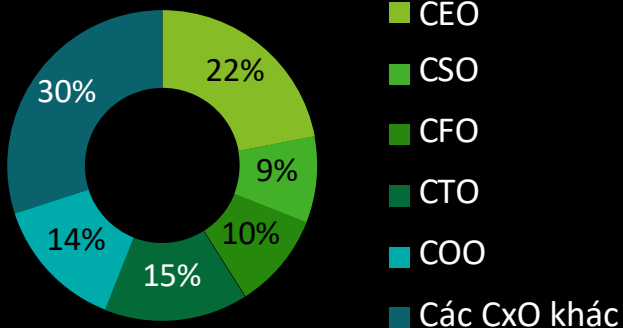


Doanh thu**

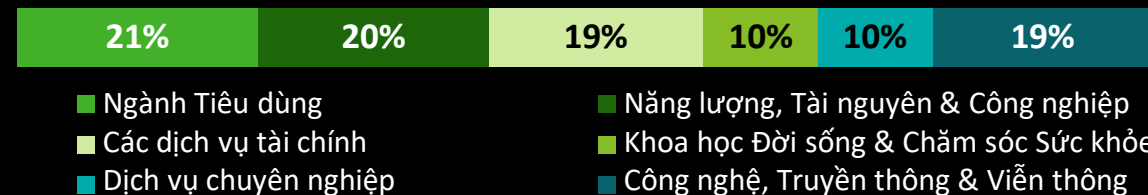
** đơn vị tính: USD



Chức vụ



Lĩnh vực



*Các quốc gia được khảo sát: Úc, Brazil, Canada, Trung Quốc, Đan Mạch, Phần Lan, Pháp, Đức, Iceland, Ấn Độ, Ý, Nhật Bản, Mexico, Hà Lan, Na Uy, Nam Phi, Tây Ban Nha, Thụy Điển, Thụy Sĩ, Vương quốc Anh và Hoa Kỳ.

Tên Deloitte được dùng để chỉ một hoặc nhiều thành viên của Deloitte Touche Tohmatsu Limited (“DTTL” hay “Deloitte Toàn cầu”), và mạng lưới các hãng thành viên trên toàn cầu (gọi chung là Tổ chức Deloitte). DTTL và mỗi thành viên trực thuộc là một pháp nhân riêng biệt và độc lập về mặt pháp lý, không bị ràng buộc lẫn nhau đối với các bên thứ ba. DTTL và mỗi thành viên trực thuộc chỉ chịu trách nhiệm cho hành vi và thiếu sót của mình, chứ không phải chịu trách nhiệm lẫn nhau. DTTL không cung cấp dịch vụ cho các khách hàng. Vui lòng xem tại www.deloitte.com/about để biết thêm thông tin chi tiết.

Tài liệu này chỉ chứa đựng những thông tin chung và nhằm mục đích tham khảo, do vậy, không một hãng Deloitte Touche Tohmatsu Limited, hay bất kỳ một hãng thành viên hay công ty con (sau đây được gọi chung là “Tổ chức Deloitte”) và các nhân viên của họ được xem là, trong phạm vi nội dung của tài liệu này, cung cấp dịch vụ hay đưa ra những ý kiến, tư vấn về chuyên môn cho người đọc. Tài liệu này không cấu thành ý kiến tư vấn đối với người đọc và sẽ không ảnh hưởng đến các ý kiến tư vấn khác do bất kỳ nhân viên của Tổ chức Deloitte cung cấp. Những thông tin thể hiện trong tài liệu này không áp dụng đối với các trường hợp riêng biệt của doanh nghiệp. Trước khi đưa ra bất kỳ một quyết định hay hành động nào có thể ảnh hưởng tới tình hình tài chính hoặc hoạt động kinh doanh, người đọc nên tham khảo ý kiến chuyên gia tư vấn.

Không có tuyên bố, bảo đảm hoặc cam kết nào (rõ ràng hay ngụ ý) được đưa ra về tính chính xác hoặc tính đầy đủ của thông tin trong tài liệu này, và không một hãng thành viên nào thuộc Mạng lưới các công ty Deloitte chịu trách nhiệm đối với bất kỳ thiệt hại, tổn thất xảy ra trực tiếp hay gián tiếp do kết quả của việc người đọc sử dụng, công bố, phát tán ra bên ngoài hoặc dựa vào tài liệu này để hành động, không hành động hoặc ra bất kỳ quyết định nào. DTTL và mỗi thành viên là một pháp nhân riêng biệt và độc lập về mặt pháp lý.