

SHARING BRAND DEVELOPING EXPERIENCE THROUGH THE SOCIAL ACTIVITIES

Mr. Rad Kivette – CEO of Vinacapital Foundation

Thank you for the opportunity to speak with you today. Let me recognize *the officials in the room.....need to know their names/titles.*

I am honored to be here today on behalf of VinaCapital Foundation, Mr. Don Lamour Foundation Board Chairman and the CEO of VinaCapital Group.

There are at least 2 very good primary reasons for corporations to support social activities. Both of these reasons promote invaluable internal as well as external branding opportunities for a company. The first reason to practice social responsibility is that helping others who suffer is intrinsically good. Every one of us in this hall today has been mentored by someone or helped by many to get where we are in life.

Those who are less fortunate than us desperately need help but on a more fundamental level- more nutritious food, improved access to quality health care, clean water or better education. These are the fundamental requirements to be able to participate in the amazing economic growth of this wonderful country of Vietnam. Helping others in need is part of being a good citizen.

Aside from creating better jobs, the other important reasons for practicing corporate social responsibility (CSR) is that it is good for your business and the economy. Countless international studies indicate that:

- ◆ 55% of all consumers are willing to pay more for a product if the corporation is socially responsible,
- ◆ 65% of all Fortune 500 companies match their employees' donations to charity,
- ◆ 93% of the world's largest corporations publish their Annual CSR Report,

- ◆ In 100% of all cases where the number of people living in poverty is reduced, the government is enabled to further support advanced economic growth, increase the tax base and transform even more people out of poverty.

For emerging economies like Vietnam's, strategic CSR activities build the middle class by supplementing targeted government programs that provide the social support necessary to increase economic inclusion and build the middle class. Building the middle class is essential to every business man or woman. That effort fuels the engine of economic growth for Vietnam. It is called 'human capital.'

VinaCapital Foundation was created by a visionary- a man with a big heart who wanted to give back to his country of birth. But Don Lam is also a man who understands the economic dynamics of CSR. After all it is healthy people who are consumers. It is educated people who invest in stocks and take vacations at resorts. It is the middle class and the wealthy who open bank accounts, purchase cars, seek financial advice, buy property and other consumer products and start up small and medium enterprises. The larger the middle class the faster and stronger the economy grows.

As our Foundation Board Chairman, Don Lam, so aptly states, "Helping underprivileged and underserved Vietnamese children has been VCF's mission since it started over ten years ago. Since then, VCF has provided life-saving surgeries to over 6,300 children- 906 last year, provided millions of dollars for medical equipment and training to hundreds of clinics and hospitals throughout the country, and helped ethnic minority girls access better educational opportunities. Thanks to our donors and partners, we have been able to touch the lives of thousands and thousands of people."

VinaCapital Foundation performs these services nationwide because it is right to help others in need, especially children- our future. But we also know that it is more. Effective CSR programs makes all of our businesses more profitable. Saving lives and empowering the disadvantaged lifts families out of poverty, improves communities and strengthens the economy of Vietnam.

Thank you.

CHIA SẺ KINH NGHIỆM PHÁT TRIỂN THƯƠNG HIỆU THÔNG QUA CÁC HOẠT ĐỘNG XÃ HỘI

Ông RadKivette – Giám đốc điều hành VinaCapital Foundation

Cảm ơn cơ hội mà quý vị đã dành cho tôi để có mặt và phát biểu tại sự kiện ngày hôm nay.

Tôi rất vinh dự được đến đây hôm nay nhân danh Quỹ tài trợ VinaCapital, ông Don Lam- Chủ tịch Hội đồng Quản trị và Chủ tịch Tập đoàn VinaCapital.

Có ít nhất 2 lý do chính đáng cho các công ty để hỗ trợ các hoạt động xã hội. Cả hai lý do này đều thúc đẩy các cơ hội vô giá cho các thương hiệu nội bộ cũng như bên ngoài của một công ty. Lý do đầu tiên để thực hiện trách nhiệm xã hội là giúp những người đang trải qua giai đoạn khó khăn là một việc rất tốt. Mỗi người chúng ta trong hội trường này hôm nay chắc hẳn đã từng được cố vấn bởi một người nào đó hoặc được nhiều người giúp đỡ để đạt được địa vị hiện tại trong cuộc sống.

Những người kém may mắn hơn chúng ta cần sự giúp đỡ nhưng ở một cấp độ cơ bản hơn - thực phẩm giàu dinh dưỡng hơn, cải thiện khả năng tiếp cận chăm sóc sức khỏe chất lượng, nước sạch hoặc giáo dục tốt hơn. Đây là những yêu cầu cơ bản để có thể tham gia vào sự tăng trưởng kinh tế ngoạn mục của Việt Nam – một đất nước tuyệt vời. Giúp đỡ người khác khi khó khăn là một phần của việc trở thành một công dân tốt.

Ngoài việc tạo ra công ăn việc làm tốt hơn, những lý do quan trọng khác để thực hành trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (CSR) đó là điều đó tốt cho doanh nghiệp và nền kinh tế. Vô số các nghiên cứu quốc tế chỉ ra rằng:

- ◆ 55% trong tất cả người tiêu dùng sẵn sàng trả nhiều hơn cho một sản phẩm nếu công ty chịu trách nhiệm xã hội,

- ◆ 65% trong tất cả các công ty trong danh sách Fortune 500 cam kết chuyên sự đóng góp của nhân viên cho tổ chức từ thiện,
- ◆ 93% các tập đoàn lớn nhất thế giới xuất Báo cáo CSR hàng năm của họ,
- ◆ Trong 100% các trường hợp số người sống trong nghèo đói được giảm thiểu, chính phủ được trao khả năng để hỗ trợ tăng trưởng kinh tế cao hơn, tăng cơ sở thuế và giúp nhiều người hơn nữa thoát khỏi đói nghèo.

Đối với các nền kinh tế mới nổi như Việt Nam, các hoạt động CSR chiến lược xây dựng tầng lớp trung lưu bằng cách bổ sung các chương trình mục tiêu của chính phủ nhằm cung cấp hỗ trợ xã hội cần thiết để tăng bao hàm kinh tế và xây dựng tầng lớp trung lưu. Xây dựng tầng lớp trung lưu là điều cần thiết cho mọi doanh nhân – gồm cả nam và nữ. Nỗ lực đó thúc đẩy động cơ tăng trưởng kinh tế cho Việt Nam. Nó được gọi là 'vốn nhân lực'.

Quỹ VinaCapital được tạo ra bởi một người nhìn xa trông rộng- một người đàn ông có trái tim bao la muốn báo đáp quê hương của mình. Nhưng Don Lam cũng là một người hiểu được động thái kinh tế của CSR. Sau tất cả thì những người khỏe mạnh chính là khách hàng. Những người có học thức là những người đầu tư vào chứng khoán và đi nghỉ ở những khu resort. Đây là tầng lớp trung lưu và những người giàu có mở tài khoản ngân hàng, mua xe hơi, tìm kiếm lời khuyên tài chính, mua tài sản và các sản phẩm tiêu dùng khác và khởi nghiệp các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Tầng lớp trung lưu càng lớn thì nền kinh tế càng phát triển nhanh và mạnh hơn.

Với tư cách là Chủ tịch Hội đồng Quản trị của chúng tôi, Don Lam, đã nói rõ ràng, “Giúp đỡ trẻ em Việt Nam kém may mắn và thiệt thòi là sứ mệnh của VCF kể từ khi nó bắt đầu cách đây hơn mười năm. Kể từ đó, VCF đã tiến hành phẫu thuật cứu sống cho hơn 6.300 trẻ em – với 906 trẻ vào năm ngoái, cung cấp hàng triệu đô la cho thiết bị y tế và đào tạo cho hàng trăm phòng khám và bệnh viện trên khắp cả nước, và giúp các em gái dân tộc thiểu số có cơ hội tiếp cận giáo dục tốt hơn. Nhờ các nhà tài trợ và đối tác của chúng tôi, chúng tôi đã có thể tiếp cận cuộc sống của hàng ngàn người.”

VinaCapital Foundation thực hiện các dịch vụ này trên toàn quốc vì đó điều đúng đắn khi giúp đỡ những người gặp khó khăn, đặc biệt là trẻ em - tương lai của chúng ta. Nhưng chúng tôi biết rằng điều đó còn có ý nghĩa hơn thế. Các chương trình CSR hiệu quả làm cho tất cả các doanh nghiệp của chúng ta sinh lời nhiều hơn. Cứu sống và trao quyền cho những người chịu thiệt thòi giúp các gia đình có hoàn cảnh khó khăn thoát khỏi nghèo đói, cải thiện cộng đồng và tăng cường nền kinh tế của Việt Nam.

Cảm ơn các bạn!