



Báo Cáo ESG 2020

NỘI DUNG

THÔNG điệp TỪ CEO TẬP ĐOÀN	01	ĐỘI NGŨ CỦA CHÚNG TÔI	28
TIÊU ĐIỂM TRONG BÁO CÁO ESG 2020	03	Văn hóa, học tập và phát triển	29
CHÚNG TÔI LÀ AI	04	Các giá trị Home Credit được kết nối trong ADN của chúng tôi	30
SƠ LƯỢC	05	Đa dạng và hòa nhập	32
CÁC GIẢI THƯỞNG	06	Sự bằng an trong cuộc sống	34
MÔI TRƯỜNG, XÃ HỘI VÀ QUẢN TRỊ (ESG) TẠI HOME CREDIT	07	Quản lý tranh chấp, khiếu nại	35
SÁU TRỤ CỘT TRONG CÁCH TIẾP CẬN ESG VỚI TÀI CHÍNH CÓ TRÁCH NHIỆM	09	CỘNG ĐỒNG	36
GẮN VỚI CÁC MỤC TIÊU PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG	12	Viện trợ trực tiếp	37
ỨNG PHÓ VỚI ĐẠI DỊCH COVID-19	14	Hòa nhập xã hội	39
Một năm phi thường	15	HÀNH TINH XANH	42
Hỗ trợ khách hàng	17	Vận hành xanh	43
Phục vụ cộng đồng	18	Thúc đẩy tiêu dùng bền vững	44
Giúp đỡ nhân viên	19	ĐỐI TÁC VÀ CÁC BÊN LIÊN QUAN	45
Kết hợp với các đối tác	20	Đối tác bán lẻ của chúng tôi	46
KHÁCH HÀNG CỦA CHÚNG TÔI	21	Các bên liên quan	47
Ưu đãi thanh toán	22	Cộng đồng nhà đầu tư	48
Vay có trách nhiệm	23	QUẢN TRỊ DOANH NGHIỆP TẠI HOME CREDIT	49
Kiến thức tài chính	24	Quản trị doanh nghiệp	50
Trao quyền trong môi trường kỹ thuật số	26	Quản lý rủi ro	51
Bảo vệ dữ liệu và quyền riêng tư của khách hàng	27		



THÔNG ĐIỆN TỪ CEO TẬP ĐOÀN

DNA của Home Credit được tạo nên từ tinh thần tài chính có trách nhiệm, trao quyền khi thực hiện chuyển đổi số và tài chính toàn diện. Đây là những yếu tố trọng tâm trong nỗ lực về Môi trường, Xã hội và Quản trị (ESG) của Home Credit, đồng thời là nền tảng cho những cống hiến của chúng tôi dành cho khách hàng, cộng đồng, nhân viên, đối tác và các bên liên quan.

Đại dịch Covid-19 đã cho thấy sức mạnh của các cam kết này và thành tựu mà chúng ta có thể đạt được khi những cá nhân, tổ chức phi thường cùng hướng tới sự đổi mới. Mỗi cá nhân tại Home Credit đều đã vượt qua nhiều thách thức, cùng xây dựng và vun đắp trên nền tảng ESG và chuyển đổi doanh nghiệp để chúng tôi có thể giúp đỡ, hỗ trợ mọi người tốt hơn.

Công nghệ đã cho phép chúng tôi thực hiện những điều này. Thông qua quá trình chuyển đổi số, chúng tôi đã cải biến các quy trình hoạt động và tiếp nhận quá trình hợp tác trên nền tảng ảo. Ứng dụng Home Credit đã phát triển nhanh chóng và trở thành một trung tâm hệ sinh thái tự phục vụ, giúp khách hàng dễ dàng truy cập các dịch vụ và tạo điều kiện cho các nhà bán lẻ phát triển mạnh hơn trong nền kinh tế ngày càng phổ biến mô hình Online-to-Offline (O2O) như hiện nay. Chúng tôi cũng đã có những bước tiến lớn trong việc loại bỏ giấy tại Home Credit, với 80% hoạt động kinh doanh của chúng tôi được thực hiện trên điện thoại di động.

Việc sử dụng AI, Big Data và khoa học dữ liệu - cùng với ứng dụng Home Credit và mô hình đa kênh - giúp chúng tôi hỗ trợ khách hàng và đối tác theo những cách mới và hiện đại hơn. Nhận thấy hoàn cảnh tài chính của mỗi người đều có ít nhiều thay đổi sau đại dịch, Home Credit nhanh chóng triển khai các chương trình ưu đãi thanh toán và hoãn thanh toán cho khách hàng - đồng thời bảo vệ điểm tín dụng của họ. Tôi đặc biệt xúc động trước những câu chuyện của các khách hàng ở Ấn Độ, nơi chương trình

“**Nhờ sự hào phóng, sáng tạo và cống hiến của đội ngũ nhân viên Home Credit, chúng tôi đã có thể đồng hành cùng nhau dưới hình ảnh một công ty có văn hóa mạnh mẽ và linh hoạt. Điều đó đồng nghĩa với việc chúng tôi có thể hỗ trợ khách hàng và cộng đồng hiệu quả hơn.**”



hoàn thành toán của chúng tôi giúp họ trả viện phí cho người thân và an tâm tập trung vào việc chăm sóc gia đình.

Bên cạnh đó, đối mặt với việc phải đóng cửa trong thời gian phong tỏa, chúng tôi đã hợp tác với hơn 332.000 cửa hàng, hướng dẫn họ các bước cần thiết trong việc chuyển đổi số và sử dụng sàn thương mại điện tử. Nhờ sự phát triển của hệ thống mã QR, khách hàng có thể dễ dàng thanh toán tại hàng triệu điểm. Ngoài ra, chúng tôi đã làm việc với các cơ quan chính phủ và các bên liên quan trong ngành tài chính để chia sẻ kinh nghiệm toàn cầu trong việc bảo vệ dữ liệu, phòng chống lừa đảo và các biện pháp an ninh mạng tối ưu nhất.

Công nghệ cũng hỗ trợ thúc đẩy tài chính toàn diện ở quy mô lớn. Tại các thị trường đang phát triển, 22% khách hàng của chúng tôi là những người vay lần đầu bởi họ không được các ngân hàng truyền thống tiếp nhận. Thông qua Home Credit, khách hàng sở hữu chiếc điện thoại di động đầu tiên của họ, từ đó hướng tới cuộc sống bền vững hơn, tiếp cận dịch vụ chăm sóc sức khỏe thiết yếu cho gia đình và xây dựng doanh nghiệp cá nhân thành công. Trong nhiều năm, các chương trình giáo dục từng đoạt giải thưởng của Home Credit đã giúp gia tăng kiến thức về tài chính và chuyển đổi số trong cộng đồng, giúp tất cả mọi người được hưởng lợi từ các dịch vụ tài chính một cách an toàn và tự tin. Trong năm 2020, các chiến dịch của chúng tôi dẫn chuyển sang nền tảng số với kỷ lục 65 triệu người truy cập và theo dõi video, hội thảo trực tuyến, trò chơi trên các phương tiện truyền thông.

Trong khi công nghệ là yếu tố quan trọng thì đội ngũ nhân viên chính là trung tâm làm nên thành công của Home Credit. Tôi muốn gửi lời cảm ơn chân thành và trân trọng nhất đến tất cả nhân viên tại Home Credit, những người đã làm việc không mệt mỏi trong hoàn cảnh có nhiều khó khăn, thách thức. Trong suốt đại dịch, nhân viên được tạo điều kiện làm việc linh hoạt tại nhà. Chúng tôi thường xuyên tổ chức các hoạt động gắn kết và động viên cũng như giúp bảo vệ sức khỏe thể chất và tinh thần của nhân viên. Các chương trình học tập, đào tạo và phát triển phong phú đã mang lại một môi trường làm việc hòa nhập hơn, tạo cơ hội nâng tầm sự nghiệp. Nhờ sự hào

phóng, sáng tạo và cống hiến của đội ngũ nhân viên Home Credit, chúng tôi đã có thể đồng hành cùng nhau dưới hình ảnh một công ty có văn hóa mạnh mẽ và linh hoạt. Điều đó đồng nghĩa với việc chúng tôi có thể hỗ trợ khách hàng và cộng đồng hiệu quả hơn.

Với sự nhất quán về mục tiêu cùng văn hóa mạnh mẽ, linh hoạt trong hỗ trợ công nghệ, chúng tôi phát triển dựa trên những bài học và thành tựu của năm 2020 - tạo ra quan hệ đối tác mới, phát triển các sản phẩm mới với khách hàng làm trung tâm, chuyển đổi số các trải nghiệm của khách hàng và tham gia gắn kết cộng đồng. Để dễ hình dung thì, trong năm 2021, chúng tôi đã tặng tủ lạnh y tế để triển khai việc tiêm vắc-xin Covid-19 tại thành phố Thiên Tân, Trung Quốc, nơi có dân số 15 triệu người. Chúng tôi đã cung cấp 30.000 bữa ăn cho các nhân viên tuyến đầu và người cao tuổi ở Việt Nam, và chúng tôi đã hỗ trợ tái đào tạo 500 phụ nữ thất nghiệp ở Ấn Độ. Chúng tôi luôn tự hào trong việc cung cấp các chương trình kiến thức tài chính hàng đầu tại các thị trường, tất cả đều có thể tiếp cận trên nền tảng số.

Bạn có thể tìm hiểu thêm về các chương trình, sáng kiến mới trong báo cáo ESG toàn diện đầu tiên của Home Credit. Bạn sẽ thấy các nguyên tắc ESG luôn gắn bó mật thiết với ngành tài chính tiêu dùng như thế nào - và cách chúng tôi không ngừng hoàn thiện và phát triển những nỗ lực của mình để mang lại lợi ích cho tất cả các bên liên quan. Chúng tôi đã trải qua nhiều thời điểm đầy thách thức trong lịch sử và luôn luôn trở lại mạnh mẽ hơn. Những tháng vừa qua không chỉ chứng minh sự nhanh nhẹn và kiên cường, bền bỉ của mô hình kinh doanh của chúng tôi; nó còn thể hiện khả năng tận dụng công nghệ để phục vụ lợi ích chung. Truyền thống đáng tự hào này sẽ được chúng tôi tiếp tục áp dụng để thích ứng và không ngừng cải thiện các nỗ lực ESG của mình để vượt qua đại dịch và hướng đến tương lai.



Ông Jean-Pascal Duvieusart,
CEO,
Tập đoàn Home Credit

“

Tôi đặc biệt xúc động trước những câu chuyện được chia sẻ bởi các khách hàng ở Ấn Độ, nơi chương trình hoàn thành toán của chúng tôi đã giúp họ chi trả viện phí cho người thân và tập trung tinh thần vào việc chăm sóc gia đình.

”



TIÊU ĐIỂM TRONG BÁO CÁO ESG 2020 CỦA HOME CREDIT

Phục vụ những đối tượng
chưa được tiếp cận

22%

khách hàng của chúng tôi là
người vay lần đầu

Không lãi suất

44%

các khoản vay tiêu dùng của chúng
tôi có lãi suất 0% nhờ các mối quan hệ
đối tác của chúng tôi với các nhà bán
lẻ và các nhà sản xuất

Ngày ưu đãi thanh toán

4.4 triệu

khách hàng được hỗ trợ ngày ưu đãi
thanh toán và hoàn thanh toán để
họ vượt qua đại dịch tốt hơn

Số hóa

80%

hoạt động kinh doanh của chúng
tôi được thực hiện thông qua điện
thoại di động

Kiến thức tài chính

25 triệu

người đã truy cập các trang web cung
cấp kiến thức tài chính của chúng tôi
và 64 triệu người được tiếp cận thông
qua các chiến dịch giáo dục tài chính
trên các kênh mạng xã hội của
chúng tôi.

Hỗ trợ trong đại dịch Covid-19

4,2 triệu USD

là tổng giá trị các trang thiết bị bảo
hộ cá nhân và các dịch vụ hậu cần
liên quan được chúng tôi ủng hộ
trên toàn thế giới

Giúp đỡ cộng đồng

USD 648k

dành cho các hoạt động hỗ trợ đại
dịch và cứu trợ thảm họa khác

Phát triển nhân viên

215.000

là tổng số người tham dự trong
một buổi đào tạo nhân viên của
Home Credit

Lực lượng lao động đa dạng

75

quốc tịch khác nhau cùng làm việc
tại Home Credit

CHÚNG TÔI LÀ AI

Mục đích và sứ mệnh của chúng tôi rất rõ ràng: cung cấp một cách có trách nhiệm các dịch vụ tài chính đáng tin cậy mà khách hàng và các đối tác kinh doanh có thể truy cập thông qua bất kỳ kênh nào mà họ chọn. Home Credit luôn đáp ứng các nhu cầu phát triển, cả trực tiếp và thông qua các hệ sinh thái đổi mới sáng tạo - giúp xây dựng một thế giới kiên cường, mạnh mẽ hơn. Chúng tôi trao quyền cho mỗi người để sống cuộc sống mà họ mong muốn.

Tại Home Credit, chúng tôi cung cấp các sản phẩm và dịch vụ tài chính một cách có trách nhiệm. Trong hơn 20 năm, chúng tôi đã giúp khách hàng tiết kiệm cho tương lai, cho phép các đối tác kinh doanh của chúng tôi phát triển mối quan hệ chặt chẽ hơn với khách hàng của họ và kinh doanh trong lĩnh vực tài chính.

Các dịch vụ tài chính của chúng tôi được thiết kế để tương thích liền mạch với cuộc sống hàng ngày của khách hàng. Chúng tôi được hỗ trợ bởi một nền tảng công nghệ năng động và có thể mở rộng quy mô, được vận hành bởi các hiểu biết sâu rộng dựa trên dữ liệu, giúp mang lại trải nghiệm trơn tru cho khách hàng của chúng tôi.

Trong lịch sử, Home Credit đã thành công trong việc phát triển và cung cấp các dịch vụ tài chính sáng tạo. Từ ngân hàng Home Credit ở Nga và Kazakhstan, các sản phẩm cho vay quay vòng ở Philippines đến hội

nhập với các đối tác là nền tảng bán lẻ mạnh ở Ấn Độ - chúng tôi luôn phát triển các hình thức kinh doanh để thích ứng với khách hàng và đối tác của mình.

Khi nói đến các đối tác kinh doanh, chúng tôi có kinh nghiệm trong việc tích hợp với hệ sinh thái của họ, mang lại giá trị và tạo ra các liên kết giữa các dịch vụ tài chính và ngân hàng. Điều này đã cho phép chúng tôi tạo ra một mối quan hệ mạnh mẽ hơn với khách hàng của chúng tôi.

Cách tiếp cận đầy trách nhiệm của chúng tôi đối với kinh doanh được củng cố bởi mô hình hoạt động mạnh mẽ và tập trung vào quản lý rủi ro, cùng với hiểu biết sâu sắc về sự đa dạng của các thị trường nơi chúng tôi hiện diện. Điều này cho phép chúng tôi phục vụ gần 140 triệu khách hàng và thành lập quan hệ đối tác với 332.000 cửa hàng bán lẻ trên toàn thế giới. Nền tảng vững chắc này tạo ra tiền đề cho Home Credit

tăng trưởng mạnh mẽ trong tương lai.

Chúng tôi biết Home Credit có khả năng để mang đến tác động tích cực và biến hóa trong việc định hình xã hội tốt hơn, xây dựng nền kinh tế mạnh hơn. Đó là lý do vì sao chúng tôi tiếp tục đầu tư mạnh vào việc cải thiện toàn diện kiến thức. Chúng tôi cung cấp các sản phẩm và dịch vụ dễ tiếp cận, có trách nhiệm với giá cả phải chăng, đồng thời cung cấp cho khách hàng hướng dẫn sử dụng sao cho đúng cách. Home Credit luôn là một phần không thể thiếu trong cộng đồng và môi trường xung quanh nơi chúng tôi hoạt động. Đó là lý do tại sao trở thành doanh nghiệp có ý thức môi trường là một phần trong ADN của chúng tôi. Chúng tôi có trách nhiệm giảm thiểu các tác động tiêu cực lên môi trường, hoạt động như một doanh nghiệp có trách nhiệm và tích cực phát triển cộng đồng. Đó là một trách nhiệm mà chúng tôi đã tiếp nhận.



SƠ LƯỢC

TỔNG QUAN

139 triệu hồ sơ vay được phê duyệt thành công, được ghi nhận trong cơ sở dữ liệu (tính đến ngày 31 tháng 12 năm 2020) - nhiều hơn 7 triệu hồ sơ so với cùng kỳ năm ngoái

49.700 khoản vay được phê duyệt mỗi ngày (trong H2/2020), cứ mỗi hai giây một khoản vay được thực hiện và 52% được thực hiện trực tuyến (trong quý 4 năm 2020)

18,5 tỷ EUR là tổng tài sản (tính đến ngày 31 tháng 12 năm 2020)

MẠNG LƯỚI QUAN HỆ

332.000 cửa hàng đại lý

60% điểm bán hàng (POS) là các doanh nghiệp nhỏ, doanh nghiệp gia đình

>90 đối tác về các sản phẩm

Thanh toán dễ dàng tại hàng triệu địa điểm thông qua mã QR

TRẢI NGHIỆM KHÁCH HÀNG

91 triệu người dùng đã đăng ký trên Ứng dụng Home Credit (từ năm 2019 có +21 triệu)

14,9 triệu là số người dùng ứng dụng Home Credit trung bình hằng tháng trên toàn cầu (tính đến ngày 31 tháng 12 năm 2020)

38 giây - thời gian trung bình cần thiết để bảo lãnh cho khách hàng sau khi chúng tôi tiếp nhận thông tin

73% khách khối lượng với khách hàng lặp lại (trong quý 4 năm 2020)

4,5 và 4,4 là đánh giá trung bình của ứng dụng trên App Store và Google Play Store

Chỉ số NPS là 36 trên toàn Tập đoàn (điểm trung bình của bốn đợt đo lường trong năm 2020)



“

Nhu cầu của khách hàng luôn không ngừng thay đổi và chúng tôi thích ứng bằng cách phát triển các sản phẩm tài chính mà họ cần. Chẳng hạn như việc chúng tôi đang đẩy mạnh chương trình ‘mua trước, trả sau’ trên khắp các thị trường châu Á. Bằng cách cung cấp các gói trả góp không lãi suất, chúng tôi giúp trải nghiệm mua sắm trở nên thuận lợi hơn cho khách hàng. Đồng thời, chương trình này giúp các nhà bán lẻ và các nhà sản xuất gia tăng doanh số bán hàng của họ.

”

Frederic Tardy,
phụ trách Chiến lược Tập đoàn và Khách hàng,
Tập đoàn Home Credit



CÔNG BỐ & VINH DANH TOP 10 DOANH NGHIỆP FDI PHÁT TRIỂN VÀ TOP 10 DOANH NGHIỆP FDI TIÊU BIỂU AWARDS CEREMONY TO SUSTAINABLE DEVELOPMENT ING FIES IN VIET

Hanoi 2021

ĐƠN
SPO

H:

GAMUDA LAND



CÁC GIẢI THƯỞNG

Giải Ngành Công nghiệp có Trách nhiệm Xã hội – Diễn đàn Hội nghị Thượng đỉnh CSR (Trung Quốc)

Ngân hàng số tốt nhất 2020 – AsiaMoney (Kazakhstan)

Vị trí thứ 3 trong Top 30 ứng dụng di động hàng đầu ở Kazakhstan 2020 – Forbes.kz

Các thương hiệu của Home Credit đã giành được các giải vàng, bạc và đồng trong Chỉ số Người cho vay Có Trách nhiệm nhất – People In Need, tổ chức phi chính phủ (Cộng hòa Séc)

Công ty Tài chính Tiêu dùng Sáng tạo nhất – Tạp chí Tài chính Quốc tế (Việt Nam)

Công ty Tài chính Tiêu dùng sáng tạo nhất và Sáng kiến CSR tốt nhất (NonBanking) – Giải thưởng Tài chính Quốc tế

Công ty CSR tốt nhất và Công ty Tài chính trực tuyến phát triển nhanh nhất – Global Banking and Finance Review (Philippines)

Giải thưởng Công nghệ Xuất sắc 2020 – Tạp chí Doanh Nghiệp Hồng Kông (Trung Quốc)

How India Borrows Sabre Awards Nam Á (Ấn Độ)

Đứng thứ 2 trong bảng xếp hạng các ngân hàng bền bỉ nhất ở Nga do The Banker bình chọn

MÔI TRƯỜNG, XÃ HỘI VÀ QUẢN TRỊ (ESG) TẠI HOME CREDIT

Chính sách ESG luôn là một phần không thể thiếu trong hướng tiếp cận kinh doanh của Home Credit, ngay cả khi chúng tôi chưa xây dựng nó thành một cơ chế chính thức. Kể từ lúc đi vào hoạt động, chúng tôi đã luôn phục vụ khách hàng ở các thị trường đang phát triển, hoàn thành nghĩa vụ xã hội với tư cách là doanh nghiệp cho vay có trách nhiệm. Đại dịch Covid-19 đã chứng minh rằng các cam kết ESG của Home Credit không chỉ là lời nói suông mà chính là cốt lõi của quá trình vận hành doanh nghiệp.

Từ năm 2012, chúng tôi đã xây dựng Điều lệ khách hàng vốn dựa trên các quy tắc Ứng xử Công bằng với Khách hàng và Chỉ thị Tín dụng Tiêu dùng của Liên minh Châu Âu. Các thủ tục này được thiết kế để ngăn khách hàng vay nợ quá mức, củng cố quyền của người dùng và giúp khách hàng đưa ra quyết định tài chính sáng suốt. Để hệ thống và mã hóa ESG tại Home Credit, chúng tôi đã đưa tất cả các chính sách và cam kết hiện có lại với nhau thành một chính sách toàn diện và được áp dụng từ năm 2020.

Chính sách ESG được xây dựng dựa trên các nguyên tắc hiện có của chúng tôi kết hợp với những ghi nhận tốt nhất từ thực tiễn, đảm bảo mọi người đều được bảo vệ và đối xử công bằng. Đó gần như là một sự tiến hóa hơn là một cuộc cách mạng; nó giúp mang lại cấu trúc tốt hơn và cải thiện những hoạt động hiện tại, vì thế nên ESG được liên kết một cách có ý thức và nhất quán trong quá trình hoạt động.

Tuy nhiên, chính sách này được áp dụng như thế nào trong thực tế? Chính sách ESG hiện cung cấp một cơ chế quản trị có hệ thống và được áp dụng trên quy mô tập đoàn. Quản trị ESG được thực hiện theo các nhóm ở cấp lãnh đạo, điều hành và tại từng chi nhánh của Home Credit. Để kết nối các nguyên tắc ESG vào mô hình quản lý chiến lược của mình, chúng tôi đã xác định 146 mức đo lường trong 13 lĩnh vực để thực hiện kiểm định nội bộ hiệu suất chính sách ESG của chúng tôi. Quy trình kiểm định chính thức bắt đầu vào năm 2021. Kết quả thu được sẽ giúp các bộ phận đặt ra các ưu tiên ESG riêng. Từ năm 2022, CEO của các chi nhánh sẽ phụ trách phê duyệt kế hoạch ESG hàng năm.



TIẾP TỤC



“Home Credit luôn xem ESG là cốt lõi tinh thần doanh nghiệp của chúng tôi, ngay cả trước khi nó được biết đến với cái tên “ESG”. Đó là nhu cầu cấp thiết mang tính chiến lược với chúng tôi, do Hội đồng quản trị Ban điều hành lãnh đạo, đảm bảo Home Credit đang chuyển đổi các dự định về môi trường, xã hội và quản trị thành hành động thực tế, có thể kiểm tra, đo lường.

”

Jiri Smejck,
Chủ tịch Hội đồng quản trị,
Tập đoàn Home Credit



“Được phê duyệt vào năm 2020, chính sách ESG của Home Credit có thể xem là một sự tiến hóa chứ không phải là một cuộc cách mạng. Nó hệ thống hóa, cấu trúc tốt hơn và cải thiện những gì chúng tôi đang làm cho khách hàng, cho nhân viên và cộng đồng. Do đó, ESG được liên kết một cách có ý thức và nhất quán trong tất cả các hoạt động của chúng tôi.”

”

Jan Ruzicka,
Giám đốc Đối ngoại,
Tập đoàn Home Credit

SÁU TRỤ CỘT TRONG CÁCH TIẾP CẬN ESG VỚI TÀI CHÍNH CÓ TRÁCH NHIỆM

Cách tiếp cận ESG của Home Credit tập trung vào sáu trụ cột: tài chính có trách nhiệm, tăng trưởng kinh tế, trao quyền trong môi trường chuyển đổi số, tài chính bao quát toàn diện, cộng đồng bền vững và lực lượng lao động đa dạng. Sáu trụ cột này giúp chúng tôi tập trung nỗ lực vào những nơi có thể tác động mạnh nhất - ở cấp địa phương, trong khu vực và quốc tế.

1

TÀI CHÍNH CÓ TRÁCH NHIỆM

Trở thành một doanh nghiệp tài chính có trách nhiệm chính là bản chất của Home Credit: chúng tôi đã, đang và sẽ luôn công bằng và toàn diện. Mục tiêu của chúng tôi là mang đến cho khách hàng các sản phẩm phù hợp với nhu cầu và năng lực tài chính của họ - từ đó thực hiện trao quyền cho khách hàng. Các cam kết và nỗ lực của chúng tôi đã được ghi nhận nhiều lần. Cụ thể như, trong nhiều năm, chi nhánh tại Séc của Home Credit luôn luôn nằm trong nhóm các doanh nghiệp có Chỉ số Cho vay Trách nhiệm hàng đầu. Chỉ số này được công bố bởi People in Need, tổ chức phi chính phủ về nhân quyền ở Séc.

Các cam kết về sự công bằng và minh bạch tại Home Credit cũng nhất quán với các nguyên tắc trong Chỉ thị Tín dụng Tiêu dùng của Liên minh Châu Âu. Nó đảm bảo việc khách hàng hiểu rõ và đầy đủ về các sản phẩm, dịch vụ của chúng tôi. Tất cả các liệu đều có nội dung rõ ràng, không có các từ chuyên ngành. Chúng tôi luôn kiểm tra nhiều lần để đảm bảo khách hàng đã hiểu rõ tất cả các thông tin cần thiết về dịch vụ họ đang sử dụng. Cách tiếp cận trong việc quản lý rủi ro tín dụng của chúng tôi giúp ngăn việc vay nợ quá mức và đảm bảo khách hàng có thể trả nợ một cách ổn định. "Giai đoạn làm dịu" cũng là một phần quan trọng để thực hiện tài chính có trách nhiệm. Chúng tôi đưa giai đoạn này vào hành trình của khách hàng với Home Credit để tạo điều kiện cho việc hủy bỏ các khoản vay khi thay đổi quyết định mà không bị phạt.

Chúng tôi cũng có truyền thống lâu đời trong việc cung cấp kiến thức tài chính cho khách hàng và cộng đồng, giúp nâng cao tiêu chuẩn tại các thị trường có sự hiện diện của chúng tôi. Năm nay, chúng tôi đã mở rộng các hình thức giáo dục trực tuyến để giúp các kiến thức thiết yếu về tài chính và công nghệ trở nên dễ tiếp cận hơn với nhiều đối tượng.

2

TĂNG TRƯỞNG KINH TẾ

Ngành tài chính tiêu dùng giúp thúc đẩy tăng trưởng kinh tế bằng cách tạo điều kiện phát triển cho ngành tiêu dùng, vốn là thành phần quan trọng của GDP. Việc khách hàng có thể tiếp cận vay tín dụng giúp mức sống cũng được cải thiện, đồng thời hỗ trợ các nhóm doanh nghiệp là nền tảng của bất kỳ nền kinh tế thành công nào. Nói cách khác, khả năng vay tiền một cách thuận lợi và có trách nhiệm cho phép một nền kinh tế vốn được quản lý tốt phát triển và vận hành hiệu quả hơn.

Quan trọng là hướng tiếp cận của Home Credit giúp khuyến khích tiêu dùng có trách nhiệm và bền vững. Chúng tôi không chỉ giúp việc vay tín dụng trở nên dễ dàng hơn mà còn hỗ trợ các đối tác bán lẻ phát triển tốt hơn. Trong hệ thống gồm 332.000 đối tác bán lẻ, có 60% là các cửa hàng nhỏ, lẻ, chủ yếu phục vụ cộng đồng địa phương. Home Credit giúp họ tiếp cận nhiều khách hàng mới nhờ giá thành phải chăng, đồng thời chúng tôi giúp họ thu hút khách hàng bằng cách hiển thị hàng hóa của họ trên ứng dụng của Home Credit. Với tính năng Home Credit Marketplace trên ứng dụng, các nhà bán lẻ quy mô nhỏ có thể tham gia thương mại điện tử dễ dàng hơn, từ đó tiếp cận nhóm khách hàng trực tuyến và phát triển mạnh hơn trong nền kinh tế ngày càng phổ biến mô hình Online-to-Offline (O2O).

TIẾP TỤC

3

**TRAO QUYỀN TRONG
MÔI TRƯỜNG CHUYỂN
ĐỔI SỐ**

Phân tích dữ liệu chuyên sâu. Big Data. Trí tuệ Nhân tạo. Các thuật toán cao cấp. Home Credit áp dụng tất cả những công nghệ này, và hơn thế nữa. Việc đổi mới sáng tạo đem đến nhiều cơ hội mới, giúp mọi người tiếp cận các dịch vụ tài chính - và mang đến cơ hội phát triển cho các doanh nghiệp bán lẻ. Chúng tôi tiến hành nghiên cứu và phát triển liên tục để kết hợp công nghệ mới vào các dịch vụ tài chính, nhờ đó thực hiện trao quyền cho người dùng trong môi trường chuyển đổi số - trong khi vẫn đảm bảo bảo vệ quyền riêng tư và bảo mật thông tin.

Chúng tôi cũng đã thêm các chủ đề xoay quanh kiến thức tài chính số vào các chương trình giáo dục tài chính hiện tại của chúng tôi, giúp khách hàng sử dụng an toàn các dịch vụ tài chính số và mua sắm trực tuyến, cũng như giúp họ tránh gặp phải lừa đảo. Ngoài ra, chúng tôi hợp tác với các cơ quan, ban ngành tài chính trên toàn thế giới, giúp thúc đẩy các quy định bảo vệ người tiêu dùng mạnh mẽ.

Ứng dụng của Home Credit đã trở thành trung tâm hỗ trợ, giúp khách hàng dễ dàng truy cập các nội dung được cá nhân hóa với các sản phẩm phù hợp. Tính năng Home Credit Marketplace đang dần trở thành một hệ sinh thái với các hoạt động sôi nổi, nơi khách hàng có thể dễ dàng nghiên cứu sản phẩm, so sánh giá cả và mua hàng từ các nhà bán lẻ địa phương. Các đối tác bán lẻ và nhà sản xuất còn sử dụng Marketplace để thúc đẩy tiêu dùng bền vững bằng cách quảng bá các sản phẩm tiết kiệm năng lượng và khuyến khích khách hàng tham gia vào nền kinh tế tuần hoàn.

Chuyển đổi số cũng giúp chúng tôi thân thiện với môi trường hơn: tại Home Credit, giấy đã gần được loại bỏ hoàn toàn. Chúng tôi cũng luôn chú ý trong việc giảm lượng khí thải carbon bằng cách liên tục tối ưu hóa hiệu quả năng lượng của các văn phòng và các trung tâm dữ liệu.

4

**TÀI CHÍNH BAO QUÁT,
TOÀN DIỆN**

Tại nhiều thị trường, có những đối tượng chưa được các tổ chức dịch vụ tài chính khác hỗ trợ và phục vụ. Do đó, trong suốt lịch sử của mình, Home Credit tập trung vào việc thúc đẩy hoạt động tài chính bao quát, toàn diện - giúp đỡ các khách hàng mới cũng như các khách hàng thuộc nhóm khó khăn tiếp cận với vay tín dụng. Nhờ vậy mà chúng tôi đã giúp định hình ngành công nghiệp cho vay tiêu dùng ở nhiều quốc gia, giảm thiểu các đối tượng cho vay nặng lãi bất hợp pháp. Chẳng hạn như tại Trung Quốc, Indonesia và Philippines, Home Credit là doanh nghiệp đầu tiên được cấp giấy phép hoạt động tài chính tiêu dùng và cung cấp các dịch vụ tài chính hợp pháp cho nhóm khách hàng chưa được các ngân hàng chăm sóc.

Home Credit còn có tác động lớn trong việc lần đầu tiên đưa những khách hàng không có lịch sử tín dụng tham gia vào các dịch vụ tài chính. Dựa trên các dữ liệu có sẵn, chúng tôi có thể đánh giá rủi ro tín dụng và giúp khách hàng tạo hồ sơ tín dụng tích cực. Sở hữu lịch sử tín dụng tốt chính là chìa khóa để khách hàng có thể tiếp cận nhiều dịch vụ tài chính hơn, từ đó cải thiện sinh kế và góp phần làm tăng trưởng kinh tế. Vay tín dụng cũng thay đổi cuộc sống hàng ngày của các khách hàng cá nhân, gia đình và cả các doanh nghiệp. Ví dụ như việc chúng tôi giúp khách hàng sở hữu chiếc điện thoại di động đầu với giá phải chăng, điều mà ở nhiều thị trường đang phát triển có đồng nghĩa với cơ hội truy cập internet. Nhờ mua được chiếc điện thoại đó, việc kết nối với thế giới và mở ra các cơ hội nằm trong tầm tay của họ.

Là một phần trong nỗ lực mang đến tài chính toàn diện, Home Credit có quan hệ đối tác với các tổ chức như Liên minh Tài chính Toàn diện (AFI) và Hiệp hội Tài chính Châu Á (AFCA), nhằm cải thiện các tiêu chuẩn và đào tạo các nhà làm giáo dục. Chúng tôi cũng làm việc với các cơ quan quản lý tại các chính phủ nhằm tăng cường quản trị các dịch vụ tài chính, hỗ trợ tốt hơn các cá nhân mới sử dụng dịch vụ tín dụng.



“

Từ năm 2020, Home Credit đã là đối tác chiến lược của Liên minh Tài chính Toàn diện (AFI), cung cấp những hiểu biết quan trọng trong các lĩnh vực ưu tiên chung như giáo dục tài chính và kiến thức tài chính số. Đồng thời, AFI đang mở rộng hợp tác công tư trong tài chính toàn diện và thân thiện với môi trường, nơi các thành viên của chúng tôi tại hơn 40 quốc gia đang cùng làm việc với các đối tác để thúc đẩy các chính sách và quy định nhằm tối ưu hóa mối liên hệ giữa tài chính toàn diện và hệ thống tài chính bền vững. Cùng nhau, chúng tôi đang tăng cường nỗ lực để đáp ứng các mục tiêu mà Chương trình nghị sự 2030 về Phát triển Bền vững đề ra để xóa đói giảm nghèo thông qua hành động bảo vệ môi trường và xây dựng quan hệ đối tác. Hợp tác công tư sẽ tiếp tục là công cụ để chúng tôi hướng tới phục hồi kinh tế toàn diện và bền vững”.

”

Ilya Sverdlov,
Giám đốc khu vực Châu Âu và Quan hệ
đối tác toàn cầu,

Liên minh tài chính toàn diện (AFI)

5

**CỘNG ĐỒNG
BỀN VỮNG**

Home Credit luôn hướng tới việc hỗ trợ cộng đồng trở nên toàn diện và bền bỉ hơn - dù là trong các tình huống khẩn cấp hay về lâu dài sau này. Điều đó bao gồm việc hỗ trợ người nghèo, những người có hoàn cảnh khó khăn, người khuyết tật, phụ nữ và người nhập cư thông qua các hoạt động thúc đẩy tinh thần kinh doanh, hỗ trợ đào tạo và việc làm. Chúng tôi còn thực hiện các chương trình nhằm cải thiện sức khỏe và sự bằng an trong cuộc sống cho mọi người. Trong năm 2020, chúng tôi đã ủng hộ 4,8 triệu USD để viện trợ trực tiếp cho các nỗ lực cứu trợ Covid-19, như tìm nguồn cung và phân phối khẩu trang cùng các thiết bị thiết yếu khác.

Trong những tình huống cấp thiết khác, Home Credit cũng luôn có mặt và hỗ trợ kịp thời. Nhiều thị trường của chúng tôi đang chịu ảnh hưởng nặng nề từ biến đổi khí hậu, từ những trận lũ lụt đến các cơn bão lớn. Home Credit đã phối hợp với Don Bosco Network ở Ấn Độ, World Vision ở Philippines và Mitra Netra ở Indonesia để cùng ứng phó và tái thiết sau thảm họa thiên nhiên hoặc cung cấp viện trợ nhanh chóng, kịp thời.

6

**LỰC LƯỢNG LAO ĐỘNG
ĐA DẠNG**

Home Credit hiểu được tầm quan trọng và giá trị trong việc thúc đẩy và khuyến khích sự đa dạng trong môi trường làm việc. Tại các thị trường nơi sự hiện diện của nữ giới chưa nhiều, đặc biệt là ở Nam Á và Đông Nam Á, chúng tôi có các chính sách cụ thể để thúc đẩy đa dạng giới. Gần một nửa số giám đốc điều hành của chúng tôi ở Philippines và Việt Nam là nữ. Sự đa dạng văn hóa cũng được đề cao và tôn vinh, với hơn 75 quốc tịch được đại diện trên toàn doanh nghiệp; Home Credit cũng hiểu những giá trị mà các hoạt động này có thể mang lại cho việc nâng cao đa dạng nhận thức cho đội ngũ nhân viên của chúng tôi.

Chúng tôi đã chính thức đưa các nỗ lực để củng cố sự đa dạng và hòa nhập vào Chính sách ESG của mình. Tầm quan trọng của việc tuyển dụng, đào tạo và phát triển nhân viên càng được nhấn mạnh hơn nhờ những cam kết của chúng tôi trong việc xây dựng một môi trường làm việc giúp động viên, khuyến khích nhân viên và chú trọng yếu tố đa dạng. Một trong các nỗ lực gần đây nhất của chúng tôi là các chương trình đào tạo giúp nhận ra những định kiến vô thức trong việc tuyển dụng nhân tài, cùng với các chiến dịch nhằm xóa bỏ định kiến và kì thị về đa dạng văn hóa. Chúng tôi rất tự hào về những thành tựu đã đạt được trong hạng mục này; 74% nhân viên của chúng tôi chia sẻ rằng kinh nghiệm làm việc tại Home Credit mang lại cho họ một sự nghiệp phát triển. Đây là những dấu hiệu vô cùng tích cực, nhưng không vì thế mà chúng tôi tỏ ra tự mãn. Chúng tôi luôn duy trì nỗ lực và cố gắng hơn nữa.



“Đại dịch đã chứng minh tầm quan trọng của cộng đồng và việc chung tay giúp đỡ lẫn nhau. Các buổi hiến máu tập trung thực hiện tại Indonesia, Ấn Độ và Cộng hòa Séc là cách mà chúng tôi hỗ trợ cộng đồng khi các bệnh viện đối mặt với tình trạng thiếu máu dự trữ”.



Stephanus Wisnu Kumarajati,
Trưởng ban hậu cần,
Home Credit Indonesia,
Hiến máu

146

mức đo lường trong 13 lĩnh vực để
thực hiện kiểm định nội bộ hiệu suất
chính sách ESG của Home Credit

140 triệu

khách hàng và đối tác.

GẮN VỚI CÁC MỤC TIÊU PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG

Trong khi thiết kế lộ trình và xác định ưu tiên ESG của Home Credit, chúng tôi đã tham khảo 17 Mục tiêu Phát triển Bền vững (SDGs) của Liên Hợp Quốc, vốn được xem là bản kế hoạch chi tiết cho một tương lai bền vững. Các sản phẩm, dịch vụ, hoạt động và chương trình cộng đồng của chúng tôi đóng góp trực tiếp nhất vào tám trong số các mục tiêu đó:



XÓA BỎ ĐÓI NGHÈO (SDG1):

Bằng cách mang lại cơ hội tiếp cận các dịch vụ tài chính, bao gồm cả những đối tượng không được các ngân hàng truyền thống tiếp nhận, chúng tôi giúp mọi người cải thiện chất lượng cuộc sống của họ. Sở hữu chiếc điện thoại thông minh đầu tiên thường đồng nghĩa với việc được truy cập internet - và từ đó là tiếp cận với rất nhiều cơ hội mới. Chúng tôi cũng hỗ trợ các tổ chức từ thiện trong việc chống đói nghèo ở các khu vực kém phát triển.



ĐAM BAO SỨC KHỎE VÀ SỰ BẰNG AN (SDG3):

Chúng tôi hỗ trợ nhóm người lao động phi chính thức được cấp bảo hiểm y tế và tiếp cận với chương trình thăm khám sức khỏe từ xa với mức chi phí hợp lý. Điều này có ý nghĩa đặc biệt quan trọng ở các khu vực vùng sâu vùng xa, nơi các cơ sở y tế truyền thống còn thiếu. Trong đại dịch Covid-19, chúng tôi luôn sát cánh, đồng hành bên cộng đồng, quyền tặng khẩu trang, bộ dụng cụ xét nghiệm, gắng tay y tế và đồ bảo hộ cho nhân viên tuyến đầu cũng như các bộ vệ sinh cá nhân cho người dân ở các khu vực thiếu thốn... Trước Covid-19, chúng tôi đã thực hiện các chương trình chăm sóc sức khỏe khác, chẳng hạn như hỗ trợ trong việc đào tạo ứng phó các tình huống khẩn cấp trên không, truyền bá kiến thức sơ cứu và tổ chức hiến máu.



ĐAM BAO NỀN GIÁO DỤC CHẤT LƯỢNG (SDG4):

Ở nhiều thị trường mà chúng tôi hoạt động, không phải ai cũng có khả năng chi trả cho giáo dục. Nhờ các sản phẩm, dịch vụ tài chính của Home Credit, khách hàng có thể tiếp cận việc học nghề và đạt được các kỹ năng cần thiết để thăng tiến trong xã hội. Chúng tôi cũng dành tặng các suất học bổng đại học cho các em đạt thành tích xuất sắc nhưng có hoàn cảnh khó khăn và giúp đỡ người khuyết tật tiếp cận và học các kỹ năng về công nghệ thông tin.



ĐẠT ĐƯỢC BÌNH ĐẲNG GIỚI (SDG5):

Home Credit là doanh nghiệp có tính đại chúng, bao quát toàn diện thị trường. Không chỉ cung cấp các dịch vụ giúp trao quyền tự do tài chính cho tất cả mọi người, chúng tôi còn đi đầu trong việc đưa ra các sáng kiến giúp phụ nữ khởi nghiệp, xây dựng và phát triển doanh nghiệp. Chúng tôi thúc đẩy sự đa dạng giới tính tại Home Credit, đặc biệt là ở các thị trường nơi phụ nữ không hiện diện trong các dịch vụ tài chính nói chung. Chúng tôi hỗ trợ phụ nữ trong việc tuyển dụng và phát triển chuyên môn, giúp họ xây dựng sự nghiệp và đảm nhận các vai trò lãnh đạo.

TIẾP TỤC



ĐẢM BẢO TĂNG TRƯỞNG KINH TẾ BỀN VỮNG VÀ TẠO VIỆC LÀM ĐẦY ĐỦ (SDG8):

Là nhà cung cấp dịch vụ tài chính tiêu dùng, Home Credit góp phần thúc đẩy tăng trưởng kinh tế. Bằng cách hỗ trợ mọi người tiếp cận với tín dụng, khả năng phục hồi và sức bền trong tài chính của khách hàng cũng được cải thiện. Chúng tôi tạo điều kiện cho ngành tiêu dùng, thành phần quan trọng của GDP, phát triển. Chúng tôi cũng giúp các đối tác bán lẻ và sản xuất đạt được doanh số bán hàng tốt hơn, gián tiếp góp phần tạo việc làm và tăng trưởng kinh tế. Home Credit tự hào là một tuyển dụng được yêu thích trong ngành này. Chúng tôi bảo vệ quyền lợi của nhân viên và chăm sóc sức khỏe, sự bằng an của họ. Chúng tôi đưa ra mức lương công bằng, cạnh tranh cũng như cơ hội phát triển nghề nghiệp cho nhân viên. Đồng thời, chúng tôi chủ trương xây dựng nền văn hóa chú trọng nhân tài, giúp mọi người cùng nhau phát triển.



CÔNG NGHIỆP, ĐỔI MỚI SÁNG TẠO VÀ XÂY DỰNG CƠ SỞ HẠ TẦNG (SDG9):

Cốt lõi của trong hoạt động kinh doanh của Home Credit là không ngừng đổi mới, sáng tạo. Công nghệ giúp chúng tôi thúc đẩy hoạt động tài chính được bao quát, toàn diện ở quy mô lớn, giúp mọi người, kể cả những người sống ở các khu vực xa xôi, kém phát triển có thể dễ dàng tiếp cận các dịch vụ tài chính có trách nhiệm. Thông qua những sáng tạo trong việc phân tích, sử dụng thuật toán tiên tiến, Big Data và trí tuệ nhân tạo, chúng tôi đang hỗ trợ phát triển cơ sở hạ tầng để thực hiện chuyển đổi số nhằm trao quyền cho người tiêu dùng, doanh nghiệp và các bên liên quan trong ngành, đồng thời bảo vệ quyền riêng tư và bảo mật dữ liệu. Không chỉ đi đầu trong việc áp dụng công nghệ vào dịch vụ tài chính cho thị trường đại chúng, Home Credit còn chia sẻ kinh nghiệm chuyên môn với các trường đại học, các công ty khởi nghiệp, cơ quan quản lý và tổ chức - góp phần phát triển ngành dịch vụ tài chính hơn nữa.



TIÊU THỤ VÀ SẢN XUẤT CÓ TRÁCH NHIỆM (SDG12):

Sống xanh chính là đưa ra các lựa chọn nhỏ nhưng tổng thể mang lại tác động lớn. Home Credit phát triển các sản phẩm thúc đẩy tiêu dùng bền vững như thẻ ghi nợ xanh ở Nga. Thông qua loại thẻ này cùng hình thức tích lũy điểm thưởng rồi quy đổi thành tiền mặt hoặc đóng góp cho các tổ chức từ thiện môi trường, chúng tôi khuyến khích khách hàng mua sắm các sản phẩm có tính bền vững và lành mạnh với môi trường. Chúng tôi cũng hỗ trợ thúc đẩy nền kinh tế tuần hoàn khi đưa điện thoại cũ vào danh mục bán hàng trong Marketplace.



HÀNH ĐỘNG VÌ KHÍ HẬU (SDG13):

Là một doanh nghiệp có trách nhiệm, bất cứ khi nào có thể, Home Credit luôn cố gắng giảm lượng khí thải carbon. Và với tư cách là một doanh nghiệp toàn cầu, chúng tôi hiểu hiệu quả tích lũy mà các nỗ lực của chúng tôi mang lại. Chúng bao gồm các quyết định mang tính chiến lược như loại bỏ việc sử dụng giấy cho đến mục tiêu trung hòa carbon ở một số thị trường. Đưa ra quyết định cho các hoạt động hằng ngày cũng được chú ý, như giảm thiểu việc đi lại bằng tàu xe, khuyến khích tái chế trong văn phòng, sử dụng bóng đèn LED và các thiết bị tiết kiệm năng lượng.

ỨNG PHÓ VỚI ĐẠI DỊCH COVID-19

TÌM HIỂU THÊM VỀ

- 15 Một năm phi thường
- 17 Hỗ trợ khách hàng
- 18 Phục vụ cộng đồng
- 19 Giúp đỡ nhân viên
- 20 Kết hợp với các đối tác



MỘT NĂM PHI THƯỜNG

Đại dịch Covid-19 bao trùm và ám ảnh năm 2020. Chúng tôi nhanh chóng thích nghi với giai đoạn bất thường này, đồng thời hỗ trợ khách hàng, cộng đồng, nhân viên và các bên liên quan khi tình hình dịch bệnh trở nên căng thẳng và nghiêm trọng hơn.

Đầu năm 2020, khi Covid-19 đang lây lan khắp Trung Quốc, chúng tôi đã đẩy nhanh các kế hoạch chuyển đổi mô hình kinh doanh, thúc đẩy số hóa và thay đổi quy trình vận hành. Ở các nước khác, chúng tôi cũng phản ứng khéo léo và nhanh chóng. Sự nhanh nhẹn này cho phép chúng tôi hỗ trợ các khách hàng đang gặp khó khăn tài chính. Nhân viên của chúng tôi được trang bị đầy đủ công nghệ, quy trình và động lực khi làm việc tại nhà mà vẫn đảm bảo sự hài

lòng và cân bằng trong cuộc sống của họ. Chúng tôi cũng có thể dễ dàng hợp tác với chính phủ và các bên liên quan trong ngành khi các chính sách ứng phó với đại dịch được triển khai. Trong suốt năm 2020, Home Credit đã huy động nhân lực và nguồn lực của mình để hỗ trợ các khu vực, cộng đồng bị ảnh hưởng nặng nề - đóng góp thời gian, tiền bạc và các thiết bị cần thiết cho việc ứng phó với đại dịch Covid-19.

8.5m

mặt nạ và khẩu trang

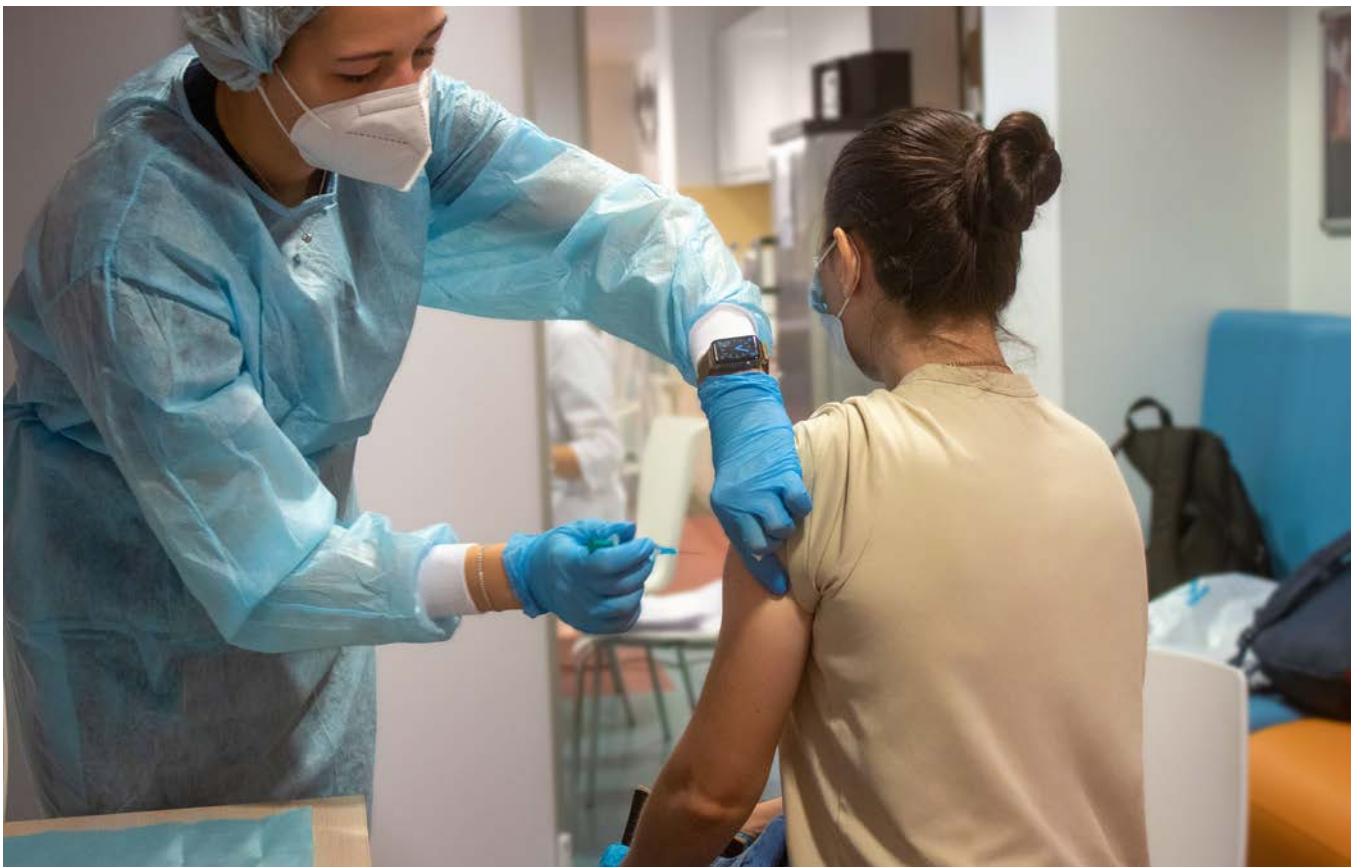
300k

bộ dụng cụ xét nghiệm

650k

đôi găng tay

Được Home Credit quyên góp, ủng hộ





Katerina Jiraskova,
Thành viên Ủy ban điều hành,
Tập đoàn PPF và Thành viên
Hội đồng quản trị,
Tập đoàn Home Credit

“

Hai năm qua đã cho chúng ta thấy tầm quan trọng của sự bền bỉ, ý chí kiên cường và tinh thần gắn bó cùng nhau để chiến đấu với COVID-19. Vậy nên các thành viên tại PPF Group, công ty mẹ của Home Credit, đều đã cố gắng hết sức để đáp ứng những mục tiêu đơn giản nhưng quan trọng này. Khi đại dịch bùng phát, phản ứng đầu tiên của PPF và Home Credit là hỗ trợ bảo vệ đời sống và sức khỏe. Chúng tôi đã cung cấp các thiết bị y tế đến 14 quốc gia, nơi khách hàng, đội ngũ nhân viên và cộng đồng của chúng tôi sinh sống, làm việc và cần được chúng tôi trợ giúp. Tiếp theo, chúng tôi tập trung đảm bảo các quy định phong tỏa không ảnh hưởng tới công việc. Trong số nhiều mục tiêu, sáng kiến, chúng tôi ưu tiên đảm bảo các mạng viễn thông của mình trên khắp châu Âu có thể chịu được sự gia tăng đột ngột về lưu lượng dữ liệu khi hàng triệu người bắt đầu làm việc tại nhà và học sinh tham gia các lớp học trực tuyến. Chúng tôi vẫn sẽ tiếp tục cống hiến hết sức mình ngay cả khi đại dịch này kết thúc. Đó là trách nhiệm, là văn hóa và là ADN của chúng tôi.

”

HỖ TRỢ KHÁCH HÀNG

Home Credit là một thương hiệu mạnh mẽ, uy tín và đáng tin cậy tại khắp các thị trường. Trong suốt đại dịch, không phụ danh tiếng và sự kỳ vọng của mọi người, chúng tôi luôn hỗ trợ, giúp đỡ khách hàng hết mình.

Do lệnh phong tỏa, nhiều khách hàng của chúng tôi bị mất việc hoặc bị cắt giảm lương. Họ đột ngột rơi vào tình huống không thể tiếp tục trả nợ do phải sử dụng phần thu nhập và tiết kiệm còn lại cho việc chăm sóc gia đình và đáp ứng các nhu cầu sinh hoạt thường ngày. Chúng tôi nhanh chóng hỗ trợ các khách hàng cần giúp đỡ tại tất cả các thị trường, đưa ra các ngày ưu đãi thanh toán, hoãn thanh toán, tái cấu trúc thanh toán và cả tiến hành ân xá - trong khi vẫn bảo toàn điểm tín dụng cho khách hàng.

Chúng tôi đã hỗ trợ trả nợ cho 4,4 triệu khách hàng trên toàn cầu trong năm 2020. Ở các quốc gia có ngày ưu đãi thanh toán do chính phủ ủy quyền, chúng tôi đã làm việc đúng với - và trong nhiều trường hợp vượt quá - các yêu cầu. Tại Trung Quốc, quốc gia đầu tiên bị ảnh hưởng bởi Covid-19, chúng tôi đã triển khai các ngày

ưu đãi thanh toán chỉ trong vòng hai tuần và hàng trăm ngàn khách hàng được hỗ trợ cả năm. Ở Indonesia, 65% dân số là người lao động làm công ăn lương hàng ngày, nghĩa là đã có sự gián đoạn lớn trong thời gian phong tỏa. Chúng tôi chủ động xác định những khách hàng tạm thời có thu nhập thấp, cung cấp 58 triệu USD cứu trợ thanh toán để giúp họ vượt qua khủng hoảng. Chính phủ Việt Nam không bắt buộc các ngày ưu đãi thanh toán; tuy nhiên, chúng tôi đã làm việc với khách hàng trên cơ sở cá nhân để cung cấp tái cấu trúc và giảm phí dựa trên hoàn cảnh cá nhân của họ. Trong suốt đại dịch, trọng tâm của chúng tôi là truyền thông minh bạch, đảm bảo mọi người đều hiểu và có thể đưa ra lựa chọn sáng suốt.

Nhờ việc nhanh chóng chuyển đổi số quy trình vận hành và trải nghiệm khách hàng, chúng tôi đã giúp mọi người thích nghi với

lối sống, cách làm việc và học tập mới. Chúng tôi đã luôn đồng hành cùng khách hàng của mình - cung cấp các dịch vụ không bị gián đoạn và nâng cấp ứng dụng của chúng tôi với các tính năng mới. Và kết quả là chúng tôi giúp những người cần điện thoại di động mới vì họ đang làm việc tại nhà, xe đạp mới hoặc xe máy điện vì không an toàn khi sử dụng phương tiện giao thông công cộng hoặc máy tính xách tay mới cho trẻ em để hỗ trợ nhu cầu học tập từ xa có thể dễ dàng mua được những món hàng này với giá ổn định. Tại Ấn Độ, khách hàng có thể truy cập bảo hiểm y tế và dịch vụ y tế từ xa với mức giá phải chăng thông qua ứng dụng của chúng tôi. Điều này rất quan trọng, đặc biệt là khi nhiều công nhân nhập cư phải trở về những làng, nơi thường rất xa bệnh viện.



PHỤC VỤ CỘNG ĐỒNG

Chúng tôi đã nhanh chóng hành động để giúp cộng đồng đối mặt với những khó khăn do đại dịch gây ra.

Chúng tôi đã quyên góp các sản phẩm và dịch vụ trị giá 4,8 triệu USD để hỗ trợ ứng phó với Covid-19 tại các thị trường nơi chúng tôi hoạt động. Nỗ lực của chúng tôi có thể kể đến việc hỗ trợ những người phải di dời do lệnh phong tỏa, hỗ trợ các ngân hàng thực phẩm, phân phối vắc-xin và kêu gọi hiến máu.

Một hoạt động lớn là tìm nguồn cung ứng, vận chuyển và trao tặng trang thiết bị bảo hộ cá nhân (PPE). 8,5 triệu mặt nạ và khẩu trang, 300.000 bộ dụng cụ xét nghiệm, 650.000 đôi găng tay và hàng chục ngàn bao bì, kính bảo vệ và nhiệt kế đã được phân phát cho các cộng đồng, bệnh viện, cơ quan chính phủ và tình nguyện viên.

Sự hỗ trợ này vẫn tiếp tục diễn ra trong năm 2021 tại tất cả các thị trường của chúng tôi, khi đại dịch vẫn còn ảnh hưởng đến cuộc sống hàng ngày. Tại các thành phố đang bị phong tỏa, chúng tôi đã phân phát các bộ dụng cụ vệ sinh cá nhân và bữa ăn miễn phí cho những người bị mắc kẹt trên đường phố. Khi tình trạng thiếu máy thở oxy và giường bệnh diễn ra, chúng tôi đã quyên tặng máy thở oxy, và đã được các tình nguyện viên chuyển đến nhà bệnh nhân. Chúng tôi đã ủng hộ tiền để mua vắc-xin và biến trụ sở chính của chúng tôi thành trung tâm tiêm ngừa cho nhân viên cũng như người dân. Chúng tôi cũng hỗ trợ trẻ em ở các khu vực khó khăn học trực tuyến khi không thể đến trường. Chúng tôi sẽ cùng chung tay đẩy lùi Covid-19 và xoa dịu hậu quả do nó gây ra cho đến khi chúng ta giành chiến thắng.

3.7k

người vô gia cư và người nghèo ở Ấn Độ đã nhận được bộ dụng cụ vệ sinh để giúp ngăn ngừa nhiễm trùng

20k

phần thực phẩm cho người lao động nhập cư bị mắc kẹt trên đường phố do lệnh phong tỏa ở Ấn Độ



HỖ TRỢ, CHĂM SÓC ĐỘI NGŨ NHÂN VIÊN

Từ chăm sóc sức khỏe, đảm bảo sự bằng an trong cuộc đến môi trường làm việc linh hoạt, chúng tôi đã triển khai các chương trình để gắn kết và đảm bảo an toàn cho nhân viên.

Vấn đề sức khỏe và sự bằng an của nhân viên luôn được đặt lên hàng đầu. Từ việc cung cấp các thiết bị ICT tận nhà đến việc nhanh chóng thực hiện chuyển đổi số, Home Credit mong muốn nhân viên làm việc tại nhà được thuận lợi mà vẫn hoàn thành các nghĩa vụ khác trong gia đình. Home Credit luôn hướng tới việc trở thành người dẫn đầu trên thị trường trong việc chăm sóc, hỗ trợ nhân viên. Chính vì thế, chúng tôi bổ sung thêm vào các phúc lợi sức khỏe hiện tại - mở rộng phạm vi chương trình bảo hiểm, hỗ trợ xét nghiệm Covid-19, phân phối PPE miễn phí và hỗ trợ chăm sóc sức khỏe tâm thần. Chúng tôi cũng ủng hộ một khoản tương ứng với số tiền đội ngũ nhân viên đã quyên góp để hỗ trợ các đồng nghiệp bị ảnh hưởng nặng nề bởi đại dịch.

Vào thời điểm khi đại dịch vừa bùng phát và tình trạng thiếu hụt PPE xuất hiện, Home Credit đã nỗ lực không mệt mỏi để tìm nguồn cung cấp và phân phối khẩu trang cho nhân viên. Đồng thời, chúng tôi hỗ trợ xét nghiệm Covid-19 miễn phí và giúp nhân viên tham gia tiêm ngừa để

dàng hơn khi trung dụng trụ sở chính thành trung tâm tiêm chủng ở một số quốc gia.

Khi dịch bệnh lan rộng sang nhiều quốc gia, chúng tôi hỗ trợ quy trình làm việc linh hoạt và từ xa tại bất kỳ nơi nào mà nhân viên chọn - giúp họ an tâm hơn về vấn đề sức khỏe và sinh kế. Chính sách này cũng giúp nhân viên dễ thở hơn trong việc chăm sóc người nhà, quản lý việc học của con cái và kiểm soát căng thẳng do bị phong tỏa. Không chỉ cung cấp các thiết bị ICT, chúng tôi còn điều chỉnh vai trò, vị trí của nhân viên theo cách sáng tạo hơn. Như tại Philippines, chúng tôi đã tái triển khai các đại lý bán hàng thành các nhóm trợ giúp khách hàng khi các trung tâm mua sắm bị đóng cửa. Chúng tôi cũng hỗ trợ nhân viên gặp khó khăn về tài chính, thành lập các quỹ ủng hộ và giúp nhân viên đăng ký các chương trình hỗ trợ của chính phủ.

Trong một năm với nhiều biến động, Home Credit đã nhanh chóng hành động và đẩy mạnh các chương trình phúc lợi hiện có để hỗ trợ chăm sóc sức khỏe thể chất và tinh

thần của đội ngũ nhân viên. Trên khắp các thị trường, chúng tôi vô cùng bận rộn với nhiều chương trình khác nhau. Các khóa học, tham gia thi đua, hội thảo trực tuyến, thử thách về rèn luyện, giải đố và các nguồn tài nguyên khác được thực hiện trên quy mô toàn Tập đoàn và tại từng địa phương, giúp nhân viên kiểm soát căng thẳng, duy trì động lực và kết nối với đồng nghiệp. Các chiến dịch hướng tới chăm sóc sự bằng an trong cuộc sống cũng được thực hiện. Chủ đề của mỗi tháng khác nhau, như về niềm vui, nhận thức về sức khỏe, tập trung vận động, thư giãn, thực hành chánh niệm, tập thể dục, giữ tinh thần lạc quan và hỗ trợ lẫn nhau. Một cổng thông tin nội bộ đã được triển khai nhằm đưa ra các lời khuyên về chăm sóc bản thân, cung cấp nội dung truyền cảm hứng về làm việc tại nhà, thực hành chánh niệm và hỗ trợ trẻ em trong đại dịch. Bên cạnh đó, Home Credit cũng đã hỗ trợ và huấn luyện các nhà quản lý lãnh đạo để họ có thể hỗ trợ nhân viên một cách hiệu quả. Nó thể hiện nỗ lực và đồng lòng quyết tâm của mọi người, thể hiện sức mạnh nhân ái trong văn hóa của Home Credit.



KẾT HỢP VỚI CÁC ĐỐI TÁC

Với các đơn vị quản lý, các đối tác trong ngành tài chính và các doanh nghiệp đang gặp khó khăn trong đại dịch - Home Credit chúng tôi hỗ trợ nhiệt tình bằng cách ủng hộ vật chất cùng kỹ năng thực hành tốt nhất.

Khi các đơn vị quản lý đang xem xét, đánh giá các chính sách hỗ trợ Covid-19 khác nhau, Home Credit đã chia sẻ quan điểm từ góc nhìn của doanh nghiệp tư nhân về chính sách ưu đãi thanh toán và các vấn đề thanh khoản. Ngoài ra, chúng tôi đã soạn các tài liệu tham khảo về việc tạm dừng kinh nghiệm xuyên quốc gia để hỗ trợ, tư vấn, giúp các nhà hoạch định chính sách đưa ra các quyết định sáng suốt hơn.

Chúng tôi cũng giúp đỡ các đối tác bán lẻ trong mạng lưới rộng lớn của mình, tạo điều kiện để họ thực hiện chuyển đổi số và

chuyển dịch sang thương mại điện tử, nhất là khi các lệnh phong tỏa buộc họ phải đóng cửa hàng và nhanh chóng tăng cường sự hiện diện trên các nền tảng trực tuyến. Đồng thời, Home Credit đóng vai trò là một người bảo đảm đáng tin cậy cho các nhà cung cấp, nhất là khi khách hàng ở một số thị trường thường do dự khi mua sắm trực tuyến tại các cửa hàng ít được biết hơn do lo sợ lừa đảo. Trong phương diện này, chúng tôi đã giúp các đối tác bán lẻ đẩy mạnh doanh số bán hàng trên các nền tảng trực tuyến của họ.

Hơn 90

thương hiệu hiện diện trong hệ thống của chúng tôi

60%

đối tác bán lẻ của chúng tôi là các cửa hàng địa phương, các hộ kinh doanh gia đình



KHÁCH HÀNG CỦA CHÚNG TÔI

TÌM HIỂU THÊM VỀ

- 22 Ưu đãi thanh toán
- 23 Vay có trách nhiệm
- 24 Kiến thức tài chính
- 26 Trao quyền trong môi trường chuyển đổi số
- 27 Bảo vệ dữ liệu và quyền riêng tư của khách hàng



ƯU ĐÃI THANH TOÁN

Trên khắp các thị trường lớn nhỏ, Home Credit được xem là một thương hiệu mạnh mẽ, uy tín và đáng tin cậy. Trong suốt đại dịch, không phụ danh tiếng và sự kỳ vọng, chúng tôi luôn hỗ trợ, giúp đỡ khách hàng hết mình. Bạn có thể đọc thêm về những chương trình chúng tôi đã thực hiện, ví dụ như chính sách ưu đãi thanh toán ở phần trước. Phản hồi của khách hàng chính là những phản ánh chân thực nhất.

PHẢN HỒI CỦA KHÁCH HÀNG



Kavita Sharma,
New Delhi,
Ấn Độ

Kavita Sharma từng làm việc tại một công ty xuất khẩu ở New Delhi. Covid-19 là thảm họa đối với cô. Không chỉ mất việc, đại dịch còn khiến gia đình cô phải chi trả các khoản phí điều trị y tế lớn.

“Home Credit đã hỗ trợ tôi khi tôi vừa thất nghiệp và phải trả các khoản phí chữa bệnh cho gia đình. Chương trình thanh toán linh hoạt chính là vị cứu tinh của tôi”.

Với chương trình thanh toán linh hoạt và được nới lỏng của Home Credit, Kavita có thể tập trung chăm sóc gia đình và hoàn thành trả góp khi cuộc khủng hoảng giảm bớt.



Rio Andi Pradana,
Bogor,
Indonesia

Rio làm tài xế được sáu năm ở Bogor, Indonesia, nhưng đại dịch đã thay đổi mọi thứ. Anh phải ở nhà với nguồn thu nhập bị cắt giảm, đồng nghĩa với việc anh không còn khả năng trả góp đúng hạn như trước đây.

Thông qua Home Credit, Rio đã mua điện thoại di động và chi trả cho các hóa đơn viện phí của vợ, học phí cho con và việc sửa sang nhà cửa.

“Tôi không thể đi làm, thu nhập của tôi bị giảm. Tôi không thể trả góp đúng hạn nữa.

Nhờ chương trình nới lỏng kỳ hạn thanh toán của Home Credit, anh ấy đã có thể dễ dàng vượt qua giai đoạn khó khăn này và hoàn trả khoản vay của mình sau đó.



“

Nghĩ về những trải nghiệm hàng ngày của khách hàng là điều rất quan trọng tại Home Credit; nó là một phần không thể thiếu trong văn hóa của chúng tôi. Chúng tôi lắng nghe khách hàng, nhanh chóng ghi nhận ý kiến và phản hồi kịp thời bằng cách biến những vấn đề nhỏ nhất thành cơ hội để cải thiện. Điều này đảm bảo chúng tôi sẽ luôn thực hiện đầy đủ các cam kết của mình với khách hàng. Tôi thực sự tự hào về điều đó.

”

Irina Ilchovska,
Giám đốc Chăm sóc Khách hàng,
Ngân hàng Home Credit Kazakhstan

4.4 triệu

khách hàng được hưởng ưu đãi thanh toán và cho phép hoãn thanh toán trong đại dịch Covid-19

CHO VAY CÓ TRÁCH NHIỆM

Chúng tôi luôn cam kết cho vay có trách nhiệm và đại dịch đã củng cố tầm quan trọng của cam kết này. Bằng cách điều chỉnh các điều khoản cho vay, Home Credit đã thích ứng với các biến động tài chính sau đại dịch Covid-19. Điều này đảm bảo chúng tôi có thể vận hành có trách nhiệm khi hoàn cảnh tài chính của mọi người đã thay đổi.

NGUỒN GỐC

Khoa học dữ liệu đã hỗ trợ chúng tôi đưa ra các quyết định cho vay có trách nhiệm. Chúng tôi đánh giá năng lực tín dụng tổng thể của khách hàng bằng cách sử dụng các thuật toán cao cấp, Big Data và Trí tuệ Nhân tạo (AI) để phân tích các yếu tố phổ biến và phức tạp trong ngành này như mức tiền lương theo ngày, thu nhập không ổn định hay thiếu lịch sử tín dụng. Chúng tôi sẽ đưa ra các loại hình dịch vụ dựa trên khả năng trả nợ thực sự của khách hàng. Trong bối cảnh đại dịch Covid-19 diễn biến phức tạp, chúng tôi đã thắt chặt quá trình thẩm định để bảo vệ khách hàng khỏi tình huống bị dư nợ xấu.

Chúng tôi không bao giờ tiếp cận khách hàng bằng cách dồn ép sản phẩm về phía họ; điều quan trọng là cần đảm bảo khách hàng hiểu rõ các lựa chọn mà họ có, đồng thời được hỗ trợ để đưa ra quyết định sáng suốt. Việc tính toán khoản vay hợp lý của Home Credit giúp khách hàng dễ dàng kiểm tra xem số tiền vay mà họ đang xem xét có hợp lý với thu nhập của họ hay không. Các sản phẩm kết hợp của chúng tôi giúp khẳng định thân cho vay có trách nhiệm; cụ thể như, chúng tôi cung cấp các tùy chọn 0%, giúp khách hàng có thể lên lịch trả góp trong sáu đến 24 tháng, đáp ứng nhu cầu của mỗi khách hàng. Chúng tôi ghi chú thông tin, tài liệu sản phẩm theo cách rõ ràng và dễ hiểu, không dùng quá nhiều thuật ngữ hay in chữ quá nhỏ.

Khoảng thời gian sau khi khách hàng lựa chọn sử dụng một sản phẩm, chúng tôi sẽ thực hiện các cuộc gọi chăm sóc để đảm bảo khách hàng hài lòng với sản phẩm cũng như hiểu rõ các điều khoản dịch vụ đi kèm. Tùy từng thị trường mà chúng tôi cho phép khách hàng hoàn trả khoản vay trong 14 hoặc 15 ngày mà không tốn phí, gọi là “giai đoạn làm dịu”. Tại thị trường Trung Quốc, chúng tôi là doanh nghiệp duy nhất sở hữu tính năng này, còn tại Indonesia chúng tôi là đơn vị đầu tiên cung cấp tính

năng này trên thị trường. Tỷ lệ hoàn trả rất thấp, cho thấy khách hàng hiểu rõ và hài lòng với dịch vụ này.

TRẢ SỔ TIỀN GÓP

Quy trình trả sổ tiền góp của chúng tôi được thiết kế đơn giản và minh bạch nhất có thể. Chúng tôi giúp khách hàng dễ dàng hiểu rõ các khoản thanh toán cần phải trả hàng tháng bằng cách tính các đợt trả góp trung bình bằng nhau theo từng tháng cho đến khi đáo hạn theo lịch trình. Nếu khách hàng gặp khó khăn trong việc trả góp đúng hạn, chúng tôi luôn cố gắng giúp họ tìm ra giải pháp phù hợp.

Chúng tôi cũng mong muốn việc trả sổ tiền góp được thực hiện sao cho thuận lợi nhất có thể cho khách hàng - như thanh toán dễ dàng qua Ứng dụng Home Credit, các ứng dụng thanh toán phổ biến đến các cửa hàng tiện lợi gần nhà và còn nhiều điểm thanh toán khác. Mô hình này dựa trên nền tảng công nghệ và dữ liệu, cho phép tần suất nhắc nhở và các tương tác khác ở mức phù hợp. Ngoài ra, các quy trình đảm bảo chất lượng được duy trì để chắc chắn các tiêu chuẩn của chúng tôi được thực hiện đầy đủ và nghiêm ngặt.

TRẢI NGHIỆM KHÁCH HÀNG

Tại Home Credit, khách hàng được xem là trung tâm, và với cam kết cho vay có trách nhiệm của mình, chúng tôi mong muốn khách hàng sẽ có những trải nghiệm tốt nhất. Chúng tôi có các yêu cầu riêng biệt cho từng điểm chạm khách hàng khác nhau. Đồng thời, chúng tôi cũng có các quy trình để quản lý khiếu nại và kiểm soát dữ liệu về mức độ hài lòng của khách hàng như Net Promoter Score (NPS). Ban lãnh đạo tại mỗi thị trường đều sẽ xem xét, đánh giá dữ liệu hằng tháng và phân tích nguyên nhân gốc của bất kỳ sự thay đổi nào. Nhờ vậy mà chúng tôi có thể đảm bảo việc duy trì các tiêu chuẩn cũng như nhanh chóng khắc phục bất kỳ vấn đề nào khách hàng gặp phải.



“

Home Credit không ngừng tự hào về việc luôn lắng nghe khách hàng, vì thế mà chúng tôi luôn ghi nhận một cách nghiêm túc những điểm khiến khách hàng không hài lòng. Khi có vấn đề phát sinh, chúng tôi sẽ tiến hành phân tích nguyên nhân gốc rễ và giải quyết nhanh chóng. Quy trình ghi nhận phản hồi này giúp chúng tôi không ngừng cải tiến, mang đến lợi ích cho khách hàng và duy trì tính bền vững cho doanh nghiệp. Đồng thời, hồ sơ doanh nghiệp của Home Credit cũng được củng cố và trở nên uy tín hơn với các đối tác bên ngoài. Chúng kiến các phản hồi của khách hàng được biến thành hành động cụ thể chính là động lực giúp tôi và những người đồng nghiệp khắp nơi trên thế giới hoàn thành công việc tốt hơn mỗi ngày.

”

Umur Deniz,
Trưởng ban Quản lý Giá trị
và Tương tác Khách hàng,
Tập đoàn Home Credit

36

NPS trên toàn Tập đoàn (trung bình bốn đợt đo lường trong năm 2020)

KIẾN THỨC TÀI CHÍNH

Ở các thị trường đang phát triển, nhiều người chưa từng được tiếp cận với các dịch vụ tài chính chính quy, và họ thường thiếu các kiến thức tài chính thiết yếu. Vậy nên kiến thức tài chính là vấn đề trọng tâm trong các nỗ lực ESG của chúng tôi. Trong nhiều năm, chúng tôi đã thực hiện các dự án để cung cấp kiến thức cho khách hàng, gia đình họ và các khách hàng tiềm năng.

Chúng tôi có ước mơ, khát vọng lớn lao khi nhắc đến đề tài giáo dục tài chính. Chúng tôi luôn nỗ lực hết mình để tạo ra ảnh hưởng rộng rãi, tích cực với các mức độ hiểu biết tài chính khác nhau. Đối mặt với các thách thức, chúng tôi thực hiện chuyển đổi số và ứng dụng trò chơi để mở rộng khả năng tiếp cận giáo dục tài chính và gia tăng sự quan tâm, chú ý đến các hoạt động này. Tại nhiều thị trường khác nhau, chúng tôi đã thực hiện hàng loạt các động, chương trình như các buổi hội thảo, cổng thông tin trực tuyến toàn diện, các chiến dịch truyền thông xã hội, video hoạt hình, chương trình truyền hình và cả trò chơi di động. Để tối ưu hóa mức độ ảnh hưởng, chúng tôi còn làm việc với các vận động viên, người nổi tiếng và các học giả.

Đại dịch Covid-19 đã có những tác động đáng kể đến các chương trình cung cấp kiến thức tài chính của chúng tôi, chúng tôi không thể tổ chức các sự kiện dành cho cộng đồng. Vậy nên từ tháng 4 năm 2020, chúng tôi đã tiến hành đẩy nhanh chuyển đổi số, đưa các khóa học trực tiếp thành các nội dung dễ hiểu, dễ tiếp cận lên Ứng dụng Home Credit cũng như các trang web, hội thảo trực tuyến, các nền tảng truyền thông xã hội và các kênh khác.

Đã có tổng cộng 347.000 người tích cực tham gia các hoạt động về mở rộng kiến thức tài chính của Home Credit trong năm 2020. Cộng thêm việc tiếp cận thông qua các hoạt động trực tuyến, đã có hơn 65 triệu người xem các nội dung giáo dục kiến thức tài chính của chúng tôi trong năm 2020.



“ Kiến thức tài chính ngày càng trở nên quan trọng khi mà mỗi cá nhân đều phải chịu trách nhiệm nhiều hơn với hoạt động tài chính của mình, đồng thời khả năng tiếp cận các sản phẩm mới cũng cao hơn. Mong rằng hoạt động của chúng tôi vừa giúp bảo vệ cộng đồng vừa hỗ trợ họ phát triển mạnh mẽ hơn. ”

Mel Carvill,
Giám đốc độc lập,
Tập đoàn Home Credit

INDONESIA

Những nỗ lực để cung cấp kiến thức tài chính của chúng tôi tập trung vào việc giúp đỡ những người đang đối mặt với những thách thức liên quan đến đại dịch như đột ngột mất thu nhập hay bắt đầu kinh doanh. Home Credit Indonesia đã tạo ra một chuỗi các video do các diễn giả thực hiện, từ nhân viên của chúng tôi cho đến những cá nhân có sức ảnh hưởng bên ngoài.

ẤN ĐỘ

Cổng thông tin trực tuyến Paise Ki Paathshala (Trường học về Tiền) của chúng tôi dạy mọi người cách quản lý tiền thông minh thông qua các video, câu đố và câu chú hấp dẫn. Chúng tôi cũng đã tung ra một loạt các video tư vấn cho hàng trăm ngàn người về cách tăng cường an ninh tài chính của họ trong khoảng thời gian bị phong tỏa do Covid-19.

VIỆT NAM

Chúng tôi đã tổ chức sự kiện mang tên Những điều sinh viên năm nhất cần biết để giới thiệu về những điều cơ bản về tài chính cá nhân. Hàng ngàn sinh viên đến từ 5 trường đại học trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh đã tham gia. Chúng tôi cũng đã trao 25 suất học bổng cho sinh viên có hoàn cảnh khó khăn trong sự kiện này.

TRUNG QUỐC

Chúng tôi tập trung vào việc tích hợp giáo dục kiến thức tài chính vào chương trình giảng dạy phổ thông. Chúng tôi tài trợ cho quỹ thuộc Ngân hàng Nhân dân Trung Quốc để phát triển một loạt các tài liệu và sách giáo khoa được thiết kế cho trẻ em từ lớp 1 đến lớp 12. Chương trình này sau đó đã được chính thức áp dụng trong các chương trình giảng dạy của trường học trên khắp 14 tỉnh thành. Ngoài ra, chúng tôi còn sản xuất các chương trình truyền hình, video hoạt hình và trang thông tin để nâng cao nhận thức của người tiêu dùng về những cám dỗ phổ biến liên quan đến các dịch vụ tài chính số. Bảo vệ khách hàng là một phần thiết yếu trong công việc của chúng tôi.

CỘNG HÒA SÉC

Home Credit là đối tác lâu năm của Trung tâm Hỗ trợ Khó Khăn Tài chính, một tổ chức phi chính phủ được điều hành bởi Hiệp hội Người tiêu dùng Séc và Đại học Kinh tế Prague. Chúng tôi cung cấp các trợ giúp về tài chính, giúp Trung tâm hỗ trợ miễn phí cho những người gặp khó khăn trong việc trả nợ để họ có thể lên kế hoạch tài chính và tránh rơi vào bẫy nợ.

KAZAKHSTAN

Chúng tôi đã tạo ra Financial Forest, một trò chơi tương tự Cờ tỷ phú để truyền đạt các khái niệm tài chính một cách hấp dẫn. Chúng tôi cũng ra mắt Finclass, một cổng thông tin trực tuyến đưa ra các lời khuyên thiết thực cho những người trẻ vừa lập gia đình. Là một ngân hàng gia đình, ưu tiên hàng đầu của chúng tôi là đảm bảo khách hàng biết cách quản lý tài chính gia đình một cách hiệu quả.

PHILIPPINES

Chương trình Juan, Two, Three với mục tiêu dạy cho người dân ở khu vực nông thôn và vùng ngoại ô kém phát triển những điều cơ bản về ngân sách và tiết kiệm. Nó bao gồm một chương trình giáo dục được phát triển đặc biệt với nội dung và các trò chơi hấp dẫn, cùng các tình nguyện viên là nhân viên Home Credit đóng vai trò đại sứ kiến thức tài chính. Do dịch Covid-19, các sự kiện gặp mặt trực tiếp phải đổi thành các hội thảo trực tuyến. Chúng tôi đã hợp tác với Bộ Phúc lợi Xã hội Quốc gia để có thể đến với những khán giả khó tiếp cận hơn. Juan, Two, Three được khen ngợi rộng rãi, được nhận giải thưởng Tài chính & Ngân hàng Toàn cầu cho Sáng kiến CSR tốt nhất.

NGA

Home Credit Bank Nga đã đưa ra các chương trình kiến thức tài chính từ năm 2000. Đến cuối năm 2020, chúng tôi đã cung cấp giáo dục tài chính cho hơn 50.000 trẻ em và phụ huynh ở Nga. Cổng thông tin trực tuyến Kids and Money của chúng tôi cung cấp các nội dung hấp dẫn, thú vị cho các độ tuổi khác nhau, độ phức tạp cũng thay đổi tùy vào các bài học khác nhau. Trẻ nhỏ tham gia vào các câu hỏi như: 'Tiền là gì?', 'Làm thế nào chúng ta có thể cùng nhau lập ngân sách?' và 'Làm thế nào để chúng ta tiết kiệm đồ chơi?'. Với nhóm thanh thiếu niên, các câu hỏi và chủ đề nâng cao hơn lạm phát, lãi suất và tiền gửi. Chương trình Kids and Money thành công đến mức chúng tôi đã xuất bản một cuốn sách dựa trên nó với sự hợp tác của các chuyên gia về kiến thức tài chính. Cho đến nay, chúng tôi đã phân phối 18.000 bản sách ở Nga, đồng thời dịch sang bản tiếng Trung và tiếng Philippines. 🇷🇺 🇨🇳 🇵🇭

Ngoài ra, trò UsefulMoney của chúng tôi giúp trường học giáo dục về kiến thức tài chính. Thông thường, chúng tôi sẽ tổ chức các phiên chơi được điều phối bởi các tình nguyện viên Home Credit. Hiện tại, chúng tôi đang chuyển đổi UsefulMoney thành một trò chơi trực tuyến.



TRAO QUYỀN TRONG MÔI TRƯỜNG KỸ THUẬT SỐ

Các kênh kỹ thuật số giúp cho việc tiếp cận tài chính trở nên dễ dàng hơn. Hai năm trước, 80% các khoản vay được thực hiện tại các cửa hàng. Năm ngoái, 52% khoản vay được thực hiện trực tuyến, và vào năm 2021, nó sẽ tiếp tục phát triển nhanh chóng với khoảng 80% giao dịch diễn ra thông qua điện thoại di động. Năm 2020, khi các trung tâm mua sắm và các địa điểm bán hàng (POS) phải đóng cửa do lệnh phong tỏa, chúng tôi đã đẩy nhanh tiến trình chuyển đổi số, giúp nhiều người tiếp cận dịch vụ dễ dàng hơn. Hiện tại, mảnh kinh doanh trực tuyến của chúng tôi đang phát triển mạnh hơn bao giờ hết.

Chúng tôi luôn cung cấp cho khách hàng các hình thức và kênh thanh toán cả trực tiếp và trực tuyến, và Ứng dụng Home Credit trước đây cũng là một cách để khách hàng thanh toán khoản vay của họ. Trong năm 2020, chúng tôi đi tiên phong trong việc xây dựng ứng dụng như một cổng thông tin và hệ sinh thái tự phục vụ để cung cấp một hành trình khách hàng theo quy trình đầu cuối. Giờ đây, ứng dụng vận hành dựa trên khả năng dữ liệu và sử dụng các hệ thống ra quyết định thông minh để cung cấp cho người dùng nội dung đã được cá nhân hóa trong thời gian thực. Kết quả là, khách hàng nhận được thông tin liên quan giúp họ dễ dàng đưa ra quyết định tài chính sáng suốt hơn. Chúng tôi cũng đã sử dụng công nghệ Nhận dạng Ký tự Quang học (OCR) giúp giảm lượng thông tin khách hàng phải nhập thủ công để truy cập và sử dụng dịch vụ, giúp đơn giản hóa trải nghiệm người dùng và giảm nguy cơ xảy ra các lỗi không chủ ý.

Một tính năng đáng chú ý khác là Home Credit Marketplace, nằm trong ứng dụng của chúng tôi. Marketplace tập hợp các sản phẩm từ các nhà bán lẻ địa phương trên một cổng thông tin duy nhất, nhờ vậy khách hàng có thể nghiên cứu, tìm giá tốt nhất, xem tính khả dụng của cửa hàng và đặt sản phẩm để nhận tại cửa hàng - tất cả đều gói gọn trong ứng dụng. Khách hàng có thể thanh toán thông qua Home Credit. Với Marketplace, khách hàng có thể xem xét các lựa chọn giảm giá và kinh tế hơn. Các đối tác bán lẻ, sản xuất và dịch vụ của

chúng tôi cũng hưởng lợi bởi Marketplace giúp họ dễ dàng chuyển đổi số; nhiều đối tác của chúng tôi tiếp tục sử dụng tính năng này để giao dịch trong thời gian bị phong tỏa.

Các nhà bán lẻ đã tham gia vào hệ sinh thái Marketplace của chúng tôi bao gồm các chuỗi bán lẻ lớn - như Suning ở Trung Quốc, Robinsons và SM Appliances ở Philippines, và Technodom và Sulpakin ở Kazakhstan - đến các cửa hàng kinh doanh hộ gia đình. Với người dùng ở Trung Quốc, Marketplace là một trong những chức năng phổ biến nhất của ứng dụng trong năm 2020. Home Credit Ấn Độ đã ra mắt ứng dụng mới vào năm 2020. Một tính năng phổ biến là khả năng cung cấp một loạt các sản phẩm và dịch vụ theo từng bối cảnh, như chăm sóc sức khỏe qua điện thoại. Khách hàng sẽ dễ dàng tiếp cận các sản phẩm và dịch vụ trong đại dịch hơn.

Dưới góc độ chuyển đổi số, Nga là một trong những thị trường phát triển nhất của Home Credit. Vào cuối năm 2020, hơn 500.000 khách hàng đăng nhập vào ứng dụng mỗi ngày, chuyển sang tỷ lệ sử dụng hàng tháng là 17%. Trong bảng xếp hạng danh giá của Nga về ngân hàng điện tử Markswebb, chúng tôi đã có một bước đột phá đáng kể trong bảng xếp hạng Daily Banking, tăng 10 bậc để chiếm vị trí thứ ba và thứ tư trong các hạng mục Digital Office và Ecosystem Core.



“

Năm 2020 đánh dấu một bước nhảy vọt lớn trong trải nghiệm khách hàng khi thực hiện chuyển đổi số và tôi tự hào nói rằng, nó đã diễn ra suôn sẻ và liền mạch. Ứng dụng Home Credit sở hữu yếu tố mới, gây bất ngờ về những gì cả khách hàng và nhà bán lẻ có thể làm. Có cá nhân hóa, thuận tiện, thân thiện với người dùng và tối ưu bảo mật - chúng tôi đang vừa trao quyền và bảo vệ khách hàng cùng một lúc.

”

Susanna Ong,
Giám đốc Công nghệ Thông tin,
Home Credit Philippines

500.000

khách hàng ở Nga đăng nhập vào ứng dụng Home Credit mỗi ngày

BẢO MẬT DỮ LIỆU VÀ QUYỀN RIÊNG TƯ CỦA KHÁCH HÀNG

Các giải pháp kỹ thuật số giúp tăng hiệu quả và khả năng tiếp cận khách hàng, tuy nhiên, chúng cũng mang đến những rủi ro về quyền riêng tư với những đe dọa an ninh mạng và các lỗ hổng dữ liệu. Trong thập kỷ vừa qua, những cuộc tấn công mạng đã gia tăng đáng kể và tài chính là một trong những ngành bị nhắm đến nhiều nhất. Do đó, bảo mật dữ liệu và quyền riêng tư của khách hàng là những ưu tiên hàng đầu tại Home Credit.

Không chỉ duy trì các hệ thống bảo mật thông tin mạnh mẽ, chúng tôi còn đi đầu trong việc bổ sung thông tin cần thiết cho khách về việc giao dịch trực tuyến an toàn.

AN NINH MẠNG

Khi công nghệ thông tin và truyền thông (ICT) ngày càng trở nên phức tạp, các rủi ro trong việc bảo mật thông tin cũng vậy. Đối với các tổ chức tài chính, những rủi ro này có thể có những tác động tiêu cực trong việc vận hành và ảnh hưởng trực tiếp đến khách hàng. Chính vì thế, chúng tôi chủ động tiếp cận dựa trên góc độ dữ liệu để bảo mật thông tin của khách hàng và hệ thống của chúng tôi.

Giảm thiểu rủi ro về ICT và bảo mật thông tin là vấn đề trọng tâm của năm 2020. Chúng tôi nhận thấy, việc xác định vector tấn công đã được cải thiện tốt hơn 15% so với năm 2019. Đối với các tham vọng dài hạn là tận dụng tối đa tự động hóa, tối ưu hóa chuẩn hóa các quy trình công nghệ trên toàn Tập đoàn, chúng tôi cũng đã đạt được những tiến bộ đáng kể. Đây chính là nền tảng cho việc tự chủ an ninh mạng. Một phương diện của chiến lược này bao gồm thống nhất các bộ phận phụ trách bảo mật công nghệ thông tin theo hướng "One Security" (Một Đơn vị An ninh): các bộ phận phụ trách bảo mật công nghệ thông tin trên toàn Tập đoàn sử dụng công nghệ và năng lực tương ứng để đạt được lợi thế về quy mô kinh tế, đồng thời cải thiện trong việc bảo vệ khách hàng.

QUYỀN RIÊNG TƯ DỮ LIỆU CÁ NHÂN CỦA KHÁCH HÀNG

Bảo vệ quyền riêng tư của khách hàng là vấn đề trọng tâm của ngành dịch vụ tài chính trên toàn cầu nói chung và tại tất cả

các thị trường của chúng tôi nói riêng. Mặc dù mỗi quốc gia có các quy định khác nhau, chúng tôi đã triển khai toàn Tập đoàn bộ quy tắc tập trung vào tuân thủ, minh bạch, bảo mật và tính toàn vẹn dữ liệu. Điều này đảm bảo dữ liệu của khách hàng được bảo vệ bởi các tiêu chuẩn cao nhất, và khách hàng của chúng tôi trên toàn thế giới luôn ý thức được dữ liệu của họ đang được xử lý và sử dụng như thế nào.

Năm 2020, chúng tôi đã thông qua Khung Bảo vệ Dữ liệu Cá nhân Nhóm (GDPDF), một chính sách phản ánh các biện pháp bảo vệ dữ liệu tốt nhất thời điểm hiện tại, đồng thời thống nhất các nguyên tắc và quy tắc bảo vệ dữ liệu ở tất cả các quốc gia Home Credit hoạt động. Chúng tôi đã triển khai GDPDF trên tất cả các thực thể của Tập đoàn, nó đóng vai trò là chiếc ô cho các chính sách bổ sung phù hợp với các quy định của địa phương.

Kiến thức về kỹ thuật số

Các biện pháp phong tỏa do Covid-19 đã phơi bày một khoảng cách trong chuyển đổi số khi nhiều dịch vụ trực tuyến được mở ra và các cửa hàng phải tạm đóng cửa. Sự thay đổi này làm tăng nguy cơ biến khách hàng trở thành nạn nhân của lừa đảo trực tuyến, vốn đã tăng đáng kể vào năm 2020, đặc biệt là ở các nước Đông Nam Á. Chẳng hạn như ở Indonesia, các giao dịch trực tuyến có khả năng bị lừa cao gấp 12 lần so với mức trung bình toàn cầu.

Do đó trong năm 2020, chúng tôi đã tăng cường các hoạt động nhằm cải thiện kiến thức về kỹ thuật số cho khách hàng. Đội ngũ chống lừa đảo của chúng tôi đã xác định những rủi ro lớn nhất mà khách hàng phải đối mặt khi giao dịch trực tuyến và chúng tôi đã sử dụng nó làm cơ sở để cho

ra đời các nội dung hấp dẫn, thúc đẩy hành vi tài chính trực tuyến an toàn. Các chương trình trong năm 2020 của chúng tôi tập trung vào việc hướng dẫn mọi người cách tránh lừa đảo, bao gồm các chủ đề như chính kỹ thuật số an toàn và tầm quan trọng của việc sử dụng các trang web và mạng không dây an toàn.



Chúng tôi đã tạo ra và áp dụng đầy đủ Khung Bảo vệ Dữ liệu Cá nhân Nhóm và triển khai nó trên tất cả các thị trường của chúng tôi. GDPDF phản ánh các nguyên tắc thực hành tốt nhất và đảm bảo khách hàng luôn biết điều gì sẽ xảy ra với dữ liệu của họ.



Lukas Frohlich,
Nhân viên bảo vệ dữ liệu,
Tập đoàn Home Credit

Cải thiện

15%

so với năm trước trong việc xác định các vector tấn công mạng.

ĐỘI NGŨ CỦA CHÚNG TÔI

TÌM HIỂU THÊM VỀ

- 29 Văn hóa, học tập và phát triển
- 30 Các giá trị Home Credit được kết nối trong ADN của chúng tôi
- 32 Sự bằng an trong cuộc sống
- 34 Đa dạng và hòa nhập
- 35 Quản lý tranh chấp, khiếu nại



VĂN HÓA, HỌC TẬP VÀ PHÁT TRIỂN

Home Credit thường được công nhận là nhà tuyển dụng hàng đầu. Chúng tôi đã giành được giải thưởng Great Place to Work ở Ấn Độ, giành một giải trong Giải thưởng Thương hiệu Nhân sự 2020 ở Kazakhstan và rất nhiều ví dụ khác. Văn hóa doanh nghiệp của chúng tôi là chìa khóa cho sự thành công này, đảm bảo nhân viên cảm nhận được rằng họ đang tạo ra sự khác biệt với định hướng phát triển chuyên nghiệp. Vì đại dịch Covid-19, chúng tôi phải nhanh chóng thay đổi cách thức làm việc và học tập của mình. Những thay đổi này đều phù hợp với phong cách của Home Credit - đồng thời củng cố nền văn hóa mà chúng tôi đều rất tự hào.

Văn hóa của chúng tôi được xây dựng trên bốn giá trị: công bằng, hướng đến kết quả, sáng tạo đổi mới và tinh thần doanh nghiệp. Những giá trị này củng cố cách thức làm việc đầy trách nhiệm của chúng tôi với khách hàng, cộng đồng và đồng nghiệp. Khi đại dịch diễn ra, chúng tôi tăng cường tập trung vào các giá trị và văn hóa của mình, bởi chúng tôi tin rằng, một nền văn hóa vững mạnh là chìa khóa để duy trì sức mạnh và khả năng phục hồi, giúp chúng tôi vượt qua các khó khăn do Covid-19 gây ra. Đó là lý do vì sao chúng tôi khắc ghi các giá trị này và xem chúng là ADN của Home Credit, từ đó tìm cách để gắn kết chúng với các nỗ lực học tập và phát triển của chúng tôi. Là một phần của những nỗ lực chiến lược này, chúng tôi đã chuyển đổi các giá trị thành tám phẩm chất lãnh đạo: quan tâm khách hàng, vận hành xuất sắc, tư duy rộng lớn, tinh thần doanh nghiệp, hiểu biết về công nghệ số, đánh giá rủi ro, đặt con người làm trọng tâm và tính chính trực.

HỌC TẬP VÀ PHÁT TRIỂN

Chúng tôi đã điều chỉnh lại phương thức tiếp cận việc học tập và phát triển để nuôi dưỡng tám phẩm chất này - giúp các bộ phận phát triển khả năng tư duy chiến lược, tiến hành triển khai và xây dựng tổ chức. Phương thức tiếp cận được cải thiện giúp chúng tôi hỗ trợ tốt cho cả nhân viên mới và những nhân viên đã làm việc tại Home Credit trong nhiều năm.



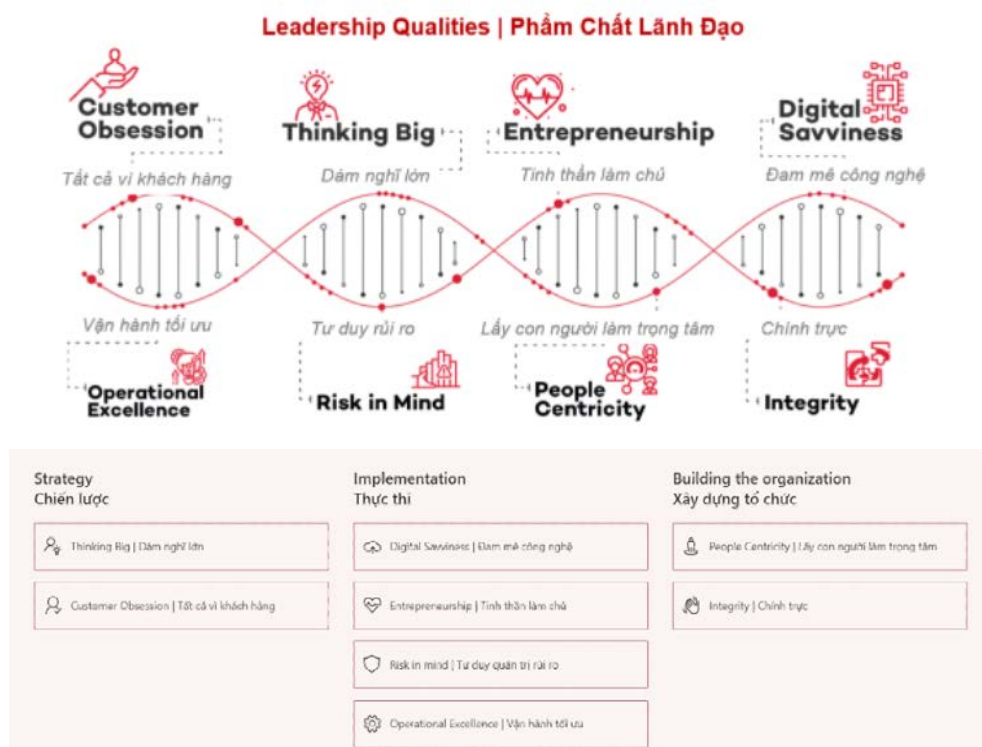
“**Khi nhắc đến ADN của Home Credit, đó không đơn thuần chỉ là một câu khẩu hiệu rỗng tuếch. Đây thật sự là một nét văn hóa mạnh mẽ văn hóa tại Home Credit - bạn có thể cảm nhận rằng mọi người đều hiểu rõ những giá trị mà Home Credit đại diện, vì thế mà đều muốn làm hết sức mình để cống hiến cho khách hàng, nhân viên và các bên liên quan quan trọng khác. Đó là lý do mọi người muốn gia nhập và ở lại với Home Credit. Chúng tôi rất tự hào về điều đó.**

”

Renata Mrazova,
Giám đốc Nhân sự,
Tập đoàn Home Credit

CÁC GIÁ TRỊ CỦA HOME CREDIT ĐƯỢC KẾT NỐI TRONG ADN CỦA CHÚNG TÔI

Các chương trình học tập và phát triển giúp nuôi dưỡng tám phẩm chất lãnh đạo và kỹ năng cần thiết



Tại Học viện Home Credit, nhờ tiếp cận phương pháp học tập và phát triển mới mà kinh nghiệm đào tạo của chúng tôi càng trở nên xuất sắc hơn, như các lĩnh vực tiếp thị, môi trường kỹ thuật số, tuyển dụng và quản lý quan hệ khách hàng. Chúng tôi cũng đã thí điểm chương trình Học viện Lãnh đạo mới với định hướng lấy con người làm trung tâm, hỗ trợ các nhà quản lý già dặn kinh nghiệm tích lũy kỹ năng và thành công hơn trong một thị trường không ngừng thay đổi. Để tạo điều kiện cho việc quản lý nhân tài được hiệu quả, chúng tôi đã thực các chương trình nhằm xác định vai trò của một lãnh đạo hàng đầu, đồng thời hỗ trợ nhân viên phát triển các kỹ năng mới trong quá trình làm việc tại đây.

Khi đại dịch khiến việc học tập và phát triển trở nên bất khả thi, chúng tôi nhanh chóng chuyển đổi sang hình thức học trực tuyến. Không chỉ số hóa các chương trình đào tạo hiện có, chúng tôi còn ra mắt một

trường đại học trực tuyến mới, nơi thường xuyên tổ chức các buổi hội thảo trực tuyến. Một thế mạnh khác đó là chúng tôi có thể dễ dàng kết nối các nhà lãnh đạo cấp cao với các nhân tài ở các bộ phận khác của Tập đoàn; nhiều nhà lãnh đạo, bao gồm cả Tổng Giám đốc Jean-Pascal Duvieusart, đã thực hiện các phiên học ảo. Trên quy mô toàn Tập đoàn, chúng tôi đã tổ chức 4.070 buổi đào tạo quản lý với tổng số 214.930 người tham gia trong năm 2020. Để hỗ trợ việc số hóa việc học, chúng tôi cũng tạo ra một trung tâm toàn cầu, phục vụ như một cơ sở cung cấp kiến thức và kho lưu trữ thông tin cho tất cả các nhân viên. Ngoài ra, chúng tôi còn cung cấp các khóa học trực tuyến bên ngoài cho những ai cần nâng cao kỹ năng trong từng lĩnh vực cụ thể.

Để giúp nhân viên áp dụng thành công nội dung được đào tạo vào công việc hằng ngày - đồng thời kết nối tốt hơn với tám

214,930

là tổng số người đã tham dự ít nhất một khóa đào tạo nhân viên của Home Credit

4,070

khóa đào tạo quản lý được tổ chức vào năm 2020

phẩm chất lãnh đạo và kỹ năng cần thiết - chúng tôi đã thiết kế một quy trình quản lý hiệu suất làm việc mới. Quá trình này bao gồm việc lập kế hoạch phát triển cá nhân cho nhân viên bằng cách ngồi lại và trao đổi hai lần một năm để đánh giá quá trình phát triển. Với cách tiếp cận mới này, các nhà quản lý, ban lãnh đạo đã được đào tạo, hướng dẫn để quản lý hiệu suất hiệu quả phù hợp. Chúng tôi cũng bắt đầu các chương trình ghi nhận mới dành cho nhân viên với tên gọi Home Credit DNA Stars và #OneHomeCreditHeroes, nhằm tôn vinh những nhân viên thực hiện xuất sắc các giá trị cốt lõi của Home Credit.

INDONESIA

Tại Indonesia, 96% nhân viên nằm trong độ tuổi từ 20 đến 30. Vì thế, chúng tôi đã tạo ra các chương trình với mục tiêu củng cố kỹ năng và tư vấn chuyên sâu để hỗ trợ lực lượng lao động trẻ tuổi này. Chúng bao gồm một loạt các khóa học hướng đến kỹ năng lãnh đạo, khoa học dữ liệu, công nghệ thông tin và kỹ năng bán hàng. Hướng đi này giúp chúng tôi cải thiện việc hạn chế trong học tập khi bắt đầu công việc đầu tiên - đồng thời khiến Home Credit trở thành một trong những nhà tuyển dụng hấp dẫn nhất trong khu vực.

KAZAKHSTAN

Chúng tôi thực hiện các khóa đào tạo trực tuyến nhằm giúp các đại lý bán hàng thích nghi với chuyển đổi số trong môi trường và cách làm việc, nhất là khi các điểm bán hàng tiêu chuẩn (POS) phải đóng cửa trong thời gian phong tỏa. Các khóa đào tạo nhận được phản hồi tích cực, với 75% đại lý bán hàng tham gia tất cả các buổi.

NGA

Nhiều nhân viên đã làm việc cho Home Credit được một thập kỷ hoặc hơn thế nữa. Để Home Credit gắn kết và tiếp thêm năng lượng cho các nhân viên gắn bó lâu năm này, chúng tôi thực hiện các chương trình đào tạo phổ biến nhằm giúp họ phát triển không ngừng. Nhờ vậy, nhân viên không chỉ xây dựng kỹ năng mà còn tạo dựng con đường sự nghiệp dài hạn. Trong năm 2020, 90% số nhân viên thường xuyên tham gia các chương trình phát triển kỹ năng lãnh đạo đã gắn bó với Home Credit từ 10 đến 15 năm.

KHẢO SÁT NHÂN VIÊN

Để đảm bảo Home Credit đạt được kỳ vọng là trở thành doanh nghiệp lý tưởng để làm việc và phát triển, mỗi năm chúng tôi sẽ thực hiện khảo sát chuyên sâu nhân viên của mình. Khảo sát này đã được thực hiện trong suốt năm năm qua. Nó giúp chúng tôi đánh giá mức độ hài lòng của nhân viên, xác định những thách thức và điều hướng các nỗ lực cải thiện vấn đề. Nhân viên sẽ được hỏi về khả năng mà họ sẽ đề cử Home Credit, phòng ban và sếp trực tiếp của họ. Chúng tôi cũng khảo sát về những điều tạo động lực hay làm mất động lực ở nhân viên.

Dữ liệu từ khảo sát giúp chúng tôi đo lường chỉ số Net Promoter score (eNPS)¹ của nhân viên hằng năm ở quy mô Tập đoàn và cho từng quốc gia. Chỉ số eNPS trung bình của Tập đoàn trong năm 2020 là 33 cho việc đề cử Home Credit là nơi làm việc lý tưởng, 43 cho các phòng ban và 46 cho sếp trực tiếp. Bên cạnh đó, 74% nhân viên cho biết kinh nghiệm tại Home Credit giúp họ phát triển về mặt chuyên môn và 89% nhân viên cho biết họ có mối quan hệ tốt trong công việc.

Chúng tôi tự hào về các kết quả này, đặc biệt là với những thách thức của quá trình làm việc từ xa cũng như các quy trình mới phát sinh do Covid-19.

Ngoài khảo sát nhân viên hằng năm, chúng tôi đã hợp tác với các chuyên gia săn đầu người hàng đầu đến từ Spencer Stuart để tiến hành hai cuộc khảo sát văn hóa doanh nghiệp. Cuộc khảo sát đầu tiên được thực hiện trong quý đầu của năm 2020 với các mô tả mà nhân viên dành cho Home Credit gồm "hướng tới kết quả", "tinh thần làm chủ" và "sáng tạo". Cuộc khảo sát thứ hai diễn ra vào mùa thu, cho thấy yếu tố "quan tâm chu đáo" trong định hướng kinh doanh của chúng tôi đã bắt đầu được công nhận - và là một trong những mô tả phổ biến nhất mà nhân viên dành cho công ty. Kết quả này phản ánh những nỗ lực của chúng tôi trong việc gắn kết nội bộ và phát triển tinh thần lãnh đạo để ứng phó với đại dịch, bao gồm việc chú trọng sức khỏe tâm thần và sự bằng an trong cuộc sống.



Các cuộc khảo sát nhân viên của chúng tôi chỉ ra rằng, trong năm đầy thách thức vừa qua, các nhà quản lý, lãnh đạo đã động viên, hỗ trợ nhân viên của mình rất nhiều. Hàng loạt các công cụ mới (như JIRA, Launchpad, Office 365) và các quy trình (như chủ động tự thực hiện báo cáo và yêu cầu hỗ trợ) đã được triển khai nhanh chóng để giúp mọi người thích nghi với chuyển đổi số và mô hình làm việc từ xa. Đồng thời, việc phát triển kỹ năng chuyên môn vẫn được duy trì để thúc đẩy sự tiến bộ và phát triển ở nhân viên



Alpha Omega Aquino,
Giám đốc nhân sự,
Home Credit Philippines

89%

nhân viên cho biết họ có mối quan hệ tốt trong công việc

82%

nhân viên sẽ tiếp tục chọn Home Credit để làm việc

74%

nhân viên cho biết họ đã có những bước phát triển chuyên nghiệp khi làm việc tại Home Credit

¹ Employee Net Promoter Score (eNPS) là chỉ số chuẩn để đo lường mức độ gắn kết của nhân viên. Những người tham gia khảo sát sẽ nhận được câu hỏi: "Khả năng bạn sẽ giới thiệu về Home Credit như một nơi làm việc lý tưởng?" là bao nhiêu?"

Họ phải trả lời dựa trên thang điểm từ 0 đến 10, trong đó 0 là 'không có khả năng' và 10 là 'cực kỳ có khả năng'. Những người cho điểm 9 hoặc 10 là các "Promoter", những người gắn kết với doanh nghiệp, nhóm thờ ơ - "Passive" chọn 7 hoặc 8 và từ 0 đến 6 là các "Detractor" - những cá nhân ác cảm với doanh nghiệp. eNPS được tính như sau: eNPS = %Promoter - %Detractor

ĐA DẠNG VÀ HÒA NHẬP

Với hơn 75 quốc tịch, đội ngũ nhân viên làm việc tại Home Credit sử dụng nhiều ngôn ngữ và theo nhiều tôn giáo. Chúng tôi trân trọng sự đa dạng của các nền văn hóa và quan điểm khác nhau tại nhiều thị trường nơi chúng tôi hoạt động. Điều này đòi hỏi chúng ta phải có một cách tiếp cận đa diện đối với sự đa dạng và hòa nhập.

Chúng tôi tập trung vào điểm mạnh của đội ngũ nhân viên chứ không phải điểm yếu. Một yếu tố trong cách tiếp cận sự đa dạng và hòa nhập của chúng tôi là văn hóa - trong nỗ lực nội địa hóa, chúng tôi chủ yếu tuyển dụng đội ngũ quản lý địa phương tại các chi nhánh của mình. Đa dạng thể hệ cũng là yếu tố then chốt, đặc biệt là ở Đông Nam Á, nơi nhân khẩu học nghiêng về phía những người trẻ tuổi; chúng tôi thực hiện cố vấn và cố vấn đảo chiều để hỗ trợ mọi người ở các độ tuổi khác nhau. Sự đa dạng trong lãnh đạo, với các phong cách và khả năng đẩy mạnh hiệu suất khác nhau, cũng là một phần trong văn hóa của chúng tôi.

Chúng tôi đã dành nhiều tâm huyết trong việc thúc đẩy đa dạng giới tính tại Home Credit, đặc biệt là ở các thị trường như Ấn Độ, Indonesia, Philippines và Việt Nam, nơi phụ nữ không được đại diện nhiều trong đội ngũ nhân viên của ngành này. Ví dụ, các quản lý cấp cao của Home Credit Philippines và Home Credit Việt Nam có 46% là nữ. Và khi nói đến người khuyết tật, Home Credit Indonesia là thị trường hàng đầu với các chương trình đào tạo và tuyển dụng chuyên dụng cho nhóm đối tượng này. Chúng tôi cũng thực hiện các chiến dịch để xóa bỏ định kiến về người khuyết tật.

Vào năm 2020, sự đa dạng và hòa nhập đã được đưa vào Chính sách ESG của Tập đoàn. Để hỗ trợ thu hút nhân tài, chúng tôi cho ra mắt SmartHire, chương trình đào tạo các kỹ năng tuyển dụng. Mô-đun phổ biến nhất của chúng tôi là nhận ra những định kiến vô thức trong quá trình phỏng vấn và lựa chọn ứng viên; những người tham dự đều đưa ra những phản hồi tích cực và nói rằng nó đã thay đổi cách tiếp cận trong vấn đề tuyển dụng của họ.

Để thúc đẩy sự đa dạng giới tính, chúng tôi khuyến khích việc có ít nhất một ứng viên nữ trong danh sách ứng viên cuối cùng cho mọi vị trí lãnh đạo. Việc quản lý hiệu suất và quy trình cố vấn đã được điều chỉnh để hỗ trợ phụ nữ tốt hơn. Và chúng tôi đã nỗ lực phối hợp để giải quyết vấn đề bất bình đẳng lương theo giới, phân tích và lưu trữ các thông tin về lương để đẩy nhanh tiến độ, giúp đội ngũ quản lý dễ dàng sắp xếp đánh giá lương của họ sao cho thống nhất với nguyện vọng của chúng tôi trong vấn đề này.

ẤN ĐỘ

Home Credit Ấn Độ tập trung đáng kể vào việc thúc đẩy đa dạng giới. Phụ nữ thường không làm các công việc trong lĩnh vực bán hàng tại Ấn Độ, và chúng tôi muốn thay đổi điều đó! Tháng 3 năm 2020, chúng tôi đã thuê 22 nữ quản lý bán hàng và cho họ tham gia chương trình đào tạo và cố vấn chuyên biệt. Chúng tôi cũng có các khóa huấn luyện cho các đồng nghiệp nam để giúp mang lại một môi trường làm việc toàn diện hơn. Một sáng kiến mới khác là Take Two, tuyển dụng những phụ nữ đang tạm hoãn sự nghiệp, chẳng hạn như để nuôi dạy con cái hoặc chăm sóc các thành viên trong gia đình. Home Credit Ấn Độ cũng đưa ra các chương trình tôn vinh những nỗ lực thúc đẩy sự đa dạng và hòa nhập, bao gồm ghi nhận nỗ lực của phụ nữ trong việc quyết tâm vượt qua nghịch cảnh.

NGA

Chúng tôi là công ty tư nhân duy nhất ở Nga được cấp phép quản lý một trường mẫu giáo. Ở Obninsk và Tomsk, nơi có các trung tâm chăm sóc khách hàng lớn nhất, chúng tôi mở trường mẫu giáo cho con cái của nhân viên, giúp cha mẹ chúng dễ dàng sắp xếp công việc và cuộc sống gia đình hơn.



“

Khóa học về việc vô thức thiên vị đã cho tôi một cái nhìn thực sự thú vị về quá trình tuyển dụng. Nó đã đưa ra lời khuyên thiết thực về việc phân tích hồ sơ ứng viên và tiến hành các cuộc phỏng vấn, điều này giúp chúng tôi thật sự thực hiện được những tiêu chí đã đề ra khi nói đến sự đa dạng và khát vọng hòa nhập của công ty. Hiện tại, đội ngũ nhân viên với 75 quốc tịch khác nhau đang làm việc tại Home Credit, và thật tuyệt khi có những cơ hội này.

”

Yating Wang,
Trưởng phòng nhân sự,
Tập đoàn Home Credit

ĐỘI NGŨ NHÂN VIÊN ĐA DẠNG

75

quốc tịch làm việc tại Home Credit

Hơn 20%lực lượng lao động của Home Credit
Indonesia thuộc thế hệ Gen Z**Hơn 70%**nhân viên tại Home Credit Philippines
thuộc thế hệ millennials**46%**các giám đốc điều hành là phụ nữ ở
Home Credit Philippines và Home
Credit Việt Nam**31**nhóm dân tộc thiểu số có đại diện tại
Home Credit Trung Quốc**68%**đội ngũ nhân viên của Ngân hàng
Home Credit Kazakhstan là nữ, với 34
quốc tịch khác nhau**101**

nhân viên là người khuyết tật tại Nga

3,247nhân viên Home Credit Indonesia
hoàn thành khóa đào tạo bắt buộc
nhằm phòng chống thiên vị vô thức**73%**nhân viên được thăng chức vào năm
2020 tại Ngân hàng Home Credit
Nga là phụ nữ

SỰ BẰNG AN TRONG CUỘC SỐNG

Chúng tôi nhanh chóng hỗ trợ nhân viên ngay khi đại dịch lan rộng, tăng cường các chương trình hiện có để nâng cao sức khỏe thể chất và tinh thần của nhân viên trong một năm đầy biến động như thế này. Tìm hiểu thêm về cách mà chúng tôi thích ứng với đại dịch trong phần Covid-19. Dưới đây là một vài con số nổi bật:

TRUNG QUỐC

Chúng tôi đảm bảo nhân viên có thể làm việc an toàn và hiệu quả ở bất cứ đâu. Điều này đã hỗ trợ nhiều nhân viên không thể trở về nhà sau khi lệnh cấm đi lại được ban hành ngay trong kỳ nghỉ Tết Nguyên đán. Nỗ lực của chúng tôi bao gồm việc đưa hơn 2.000 máy tính đến nhà của nhân viên. Chúng tôi cũng đã tiến hành thực hiện chương trình Hỗ trợ Nhân viên để giúp mọi người thích nghi và đối phó với 'bình thường mới'.

KAZAKHSTAN

Trong nhiều biện pháp mà Ngân hàng Home Credit Kazakhstan thực hiện để hỗ trợ nhân viên trong đại dịch, #HCB_Stay_Home_Cup rất được yêu thích. Giải vô địch cờ vua trực tuyến, với sự giám sát của một trọng tài chuyên nghiệp, đã giúp đội ngũ nhân viên khám phá ra đại kiện tướng bên trong họ.

INDONESIA

Khi chính phủ khởi xướng chương trình hỗ trợ tài chính cho người dân, Home Credit Indonesia đã thiết lập một chức năng để hỗ trợ nhân viên đăng ký chương trình này thành công. Chúng tôi cũng đảm bảo nhân viên vẫn nhận được tất cả các phúc lợi của họ, mặc dù chính phủ cho phép các công ty tạm ngừng hoặc trì hoãn chúng trong đại dịch.

ẤN ĐỘ

Chúng tôi đã thành lập một quỹ để hỗ trợ nhân viên gặp khó khăn tài chính do đại dịch. Các đồng nghiệp tại đây đã tiến hành quyên góp, sau đó Home Credit Ấn Độ cũng ủng hộ một khoản tương ứng. Chúng tôi cũng đảm bảo nhân viên được hỗ trợ y tế khi cần và cung cấp cho mọi người một khoản bảo hiểm bao gồm cả Covid-19. Home Credit Ấn Độ đã hợp tác với nhà cung cấp dịch vụ chăm sóc sức khỏe từ xa hàng đầu để các nhân viên được bác sĩ tư vấn miễn phí. Ngoài ra, chúng tôi còn thiết lập đường dây nóng trực liên tục, sẵn sàng hỗ trợ những người gặp khó khăn, căng thẳng. Một hoạt động phổ biến là Cuộc gọi Chăm sóc nhân viên. 10.000 nhân viên của Home Credit Ấn Độ sẽ gọi điện cho một đồng nghiệp được chỉ định mỗi tuần để thăm hỏi và động viên người đồng nghiệp đó.

VIỆT NAM

Home Credit Việt Nam tắt bật hoạt động với các sáng kiến về sự bằng an trong suốt năm 2020. Gần 200 nhân viên đã tham dự hội thảo về sức khỏe tâm thần. Hoạt động Homelympics khuyến khích tập thể dục để tăng cường sức khỏe thể chất và tinh thần của nhân viên. Và trong cuộc thi Stay Connected, khoảng 50 nhân viên đã chia sẻ cảm xúc của họ xung quanh việc đối mặt với Covid-19, giúp bình thường hóa việc hỗ trợ sức khỏe tâm thần.



“

Thật đáng kinh ngạc khi chúng kiến tốc độ chuyển đổi của doanh nghiệp trong việc hỗ trợ nhân viên. Với những người làm việc tại nhà một cách an toàn và hiệu quả - và hỗ trợ những đồng nghiệp mà vì rất nhiều lý do, không thể làm việc tại nhà - là một thành tựu lớn trong quá trình ứng phó dịch COVID-19 của Home Credit. Và ở thời điểm hiện tại, chúng tôi vẫn tiếp tục thực hiện các hoạt động này bất cứ khi nào cần thiết, bởi Covid đã trở thành một phần cuộc sống của chúng ta

”

Zharkyn Bekzhanov,
Giám đốc Nhân sự,
Ngân hàng Home Credit Kazakhstan

QUẢN LÝ TRANH CHẤP, KHIẾU NẠI

Home Credit cam kết tạo nên một môi trường làm việc thoải mái, lành mạnh. Nếu nhân viên lo lắng về vấn đề gì, họ có thể báo cáo thông qua các quy trình quản lý tranh chấp, khiếu nại thẳng thắn của chúng tôi, mạnh mẽ của chúng tôi, giúp đội ngũ quản lý giải quyết vấn đề một cách công bằng.

Khiếu nại của nhân viên bao gồm các mối bận tâm, phàn nàn, vi phạm hoặc các vấn đề liên quan đến công việc, quy trình hoặc cách làm việc mà nhân viên không hài lòng và cho rằng không thể chấp nhận được. Năm 2019, Home Credit đưa ra Khung Khiếu nại để quản lý tranh chấp, khiếu nại một cách hiệu quả. Quy trình bắt đầu với việc nhân viên gửi khiếu nại qua các khác nhau. Sau đó, một nhóm chuyên biệt sẽ đánh giá khiếu nại, gửi phản hồi đầu tiên và tiếp tục giải quyết nếu cần thiết. Thời gian giải quyết tiêu chuẩn tối đa là 18 ngày làm việc; quá trình tố giác có thể lên tới 26

ngày. Ủy ban Khiếu nại sẽ giám sát các quy trình này.

Trong năm 2020, chúng tôi hệ thống hóa và tăng cường quy trình chặt chẽ hơn. Những thành tựu đạt được có thể kể đến việc cải cách các thủ tục, xác định các loại khiếu nại và tạo ra một hệ thống hình phạt. Ủy ban Khiếu nại bắt đầu họp thường xuyên từ tháng 6 năm 2020 và chúng tôi tạo ra bảng quản lý theo thời gian thực để họ có thể theo dõi các khiếu nại và giải quyết sau đó.

18

ngày thời hạn trong nội bộ để giải quyết bất kỳ khiếu nại nào

120

trường hợp khiếu nại đã được giải quyết tại Home Credit Indonesia



CỘNG ĐỒNG

TÌM HIỂU THÊM VỀ

37 Viện trợ trực tiếp

39 Hòa nhập xã hội



VIỆN TRỢ TRỰC TIẾP

Đối với Home Credit, là một thành viên có trách nhiệm với cộng đồng cũng quan trọng không kém việc duy trì uy tín trong kinh doanh. Trong những thời điểm đầy khó khăn, thách thức - như thiên tai hoặc đại dịch - chúng tôi cung cấp viện trợ trực tiếp để hỗ trợ những người bị ảnh hưởng. Với kinh nghiệm nhiều năm hoạt động tích cực trong lĩnh vực này, chúng tôi thực hiện các dự án của riêng mình cũng như hợp tác với các tổ chức phi chính phủ tại địa phương, các cơ quan chính phủ và các đối tác kinh doanh về các chương trình, sáng kiến cứu trợ.

Mục tiêu chính của Home Credit trong năm 2020 là ứng phó với đại dịch, đồng thời hỗ trợ những người bị ảnh hưởng bởi Covid-19 và gặp khó khăn trong thời gian phong tỏa. Từ quyền góp thiết bị bảo hộ cá nhân (PPE), hỗ trợ đội ngũ nhân viên tuyến đầu đến việc giúp mọi người duy trì sinh kế của họ - chúng tôi nỗ lực chung tay để hỗ trợ những người bị ảnh hưởng nặng nề nhất.

Vào thời điểm khi đại dịch vừa bùng phát và tình trạng thiếu hụt PPE xuất hiện, Home Credit đã vận dụng phần lớn năng lực doanh nghiệp để đảm bảo một lượng trang thiết bị nhất định được vận chuyển đến nơi cần chúng nhất. Chúng tôi đã tận dụng hệ thống rộng lớn của mình trên khắp các thị trường để có thể hỗ trợ chính phủ các nước một cách nhanh chóng và hiệu quả nhất. Trong năm 2020, Home Credit đã quyên góp PPE và các dịch vụ hậu cần với tổng trị giá 4,2 triệu USD, bao gồm 8,5 triệu mặt nạ phòng độc và khẩu trang, 300.000 bộ dụng cụ xét nghiệm, 650.000 đôi găng tay và hàng chục ngàn áo bảo hộ, kính bảo vệ và nhiệt kế.

Chúng tôi cũng dành ra 600.000 USD cho các hoạt động cứu trợ Covid-19 khác như các chương trình hỗ trợ những người phải di dời do lệnh phong tỏa, không thể làm việc bình thường hoặc phải đối mặt với việc giảm thu nhập. Ngoài ra, chúng tôi còn tham gia giúp đỡ thông qua các hoạt động hỗ trợ các dịch vụ chăm sóc sức khỏe khác.

Dù đại dịch COVID-19 đã chi phối cả năm 2020, nó lại không phải là thảm họa duy nhất mà chúng ta phải đối mặt. Trong tháng Một và tháng Hai, Philippines đương đầu với một vụ phun trào núi lửa tàn khốc. Home Credit đã cùng tham gia hỗ trợ các nỗ lực cứu trợ mặt đất cũng như phối hợp gây quỹ để giúp đỡ các đồng nghiệp và khách hàng trong khu vực. Với khách hàng bị ảnh hưởng, chúng tôi cũng có các ngày hội thanh toán và các chương trình hỗ trợ thêm khác. Khi bão Rolly và Ulysses tàn phá nhiều khu vực của Philippines vào tháng 11, chúng tôi cũng đã thực hiện các hoạt động hỗ trợ tương tự.

Nhân viên của chúng tôi cũng cùng đồng hành và tham gia vào các nỗ lực cứu trợ. Tại Ấn Độ, Indonesia, Việt Nam và Cộng hòa Séc, Home Credit đã tổ chức các đợt kêu gọi nhân viên hiến máu để giúp đỡ các bệnh viện đang trong tình trạng thiếu hụt máu dự trữ. Khi nhân viên tiến hành gây quỹ để hỗ trợ các đồng nghiệp gặp khó khăn do thiên tai và đại dịch, Home Credit cũng tham gia đóng góp một khoản tương ứng. Chẳng hạn như khi Covid-19 lần đầu xuất hiện và lây lan tại Trung Quốc, Home Credit đã ủng hộ một khoản tương ứng với số tiền mà các nhân viên đã quyên góp để hỗ trợ các đồng nghiệp ở Vũ Hán, huy động được tổng cộng 150.000 USD.



Khi một cuộc khủng hoảng thiếu hụt PPE diễn ra trong giai đoạn đầu của đại dịch, chúng tôi đã biến toàn bộ công ty thành một cỗ máy tìm nguồn cung ứng. Chúng tôi hỗ trợ mua khẩu trang, các thiết bị thiết yếu khác và tạo ra một chiến dịch hậu cần lớn để vận chuyển chúng đến các chính phủ, cộng đồng, bệnh viện và các nhân viên của chúng tôi trên toàn thế giới



Will Yi,
Trưởng phòng Mua hàng,
Home Credit Trung Quốc

CHINA

Home Credit đã tặng 100 tủ đông âm sâu để phục vụ việc phân phối vắc-xin Covid-19 ở thành phố Thiên Tân.

ẤN ĐỘ

Khi các biện pháp phong tỏa được thực hiện, nhiều công nhân nhập cư bị mắc kẹt tại các thành phố và nghiêm trọng trở thành người vô gia cư. Home Credit đã phối hợp với Don Bosco Network để cung cấp thực phẩm và bộ dụng cụ vệ sinh cho 20.000 người.

VIỆT NAM

Cuối năm 2020, lũ lụt nghiêm trọng ở miền Trung khiến nhiều gia đình mất nhà cửa. Home Credit đã ủng hộ một khoản tương

ứng với khoản đóng góp của nhân viên và quyên góp được 16.591 USD trong vòng một tuần để hỗ trợ các gia đình có nhà bị nước lũ cuốn trôi.

CỘNG HÒA SÉC

Home Credit đã ủng hộ các dịch vụ hậu cần và kho bãi cho Bộ Nội vụ Cộng hòa Séc để giúp phân phối PPE, xử lý hơn 1.500 tấn thiết bị.

PHILIPPINES

Home Credit đã quyên góp 24.905 USD cho các tổ chức phi chính phủ tại địa phương để cứu trợ khẩn cấp cho các nạn nhân của cơn bão Rolly và Ulysses. Nhân viên Home Credit đã quyên góp thêm 9.381 USD.

4,2 triệu USD

là tổng giá trị của đồ trang bị bảo hộ cá nhân và các dịch vụ hậu cần liên quan được quyên góp trên toàn thế giới

648.000 USD

được dành riêng cho các nỗ lực cứu trợ thảm họa và các hoạt động đại dịch khác



HÒA NHẬP XÃ HỘI

Hòa nhập xã hội là một thách thức lớn của thị trường, nơi nhiều người gặp khó khăn trong việc tiếp cận các cơ hội để cải thiện cuộc sống của họ. Home Credit có truyền thống lâu đời trong việc ủng hộ các dự án thúc đẩy hòa nhập xã hội - tăng cường việc làm cho phụ nữ và người khuyết tật, mở rộng khả năng tiếp cận giáo dục và giúp mọi người phát triển các kỹ năng thiết yếu.

Cam kết của chúng tôi trong việc hỗ trợ cộng đồng là một phần của văn hóa Home Credit. Chúng tôi không chỉ tham gia với tư cách là một doanh nghiệp mà còn khuyến khích nhân viên tích cực tham gia các hoạt động tình nguyện và gây quỹ.

GIÁO DỤC, ĐÀO TẠO VÀ VIỆC LÀM

Giáo dục giúp mở ra cơ hội việc làm mới, từ đó thúc đẩy quá trình hòa nhập xã hội. Trong năm 2020, Home Credit đặt trọng tâm vào việc hỗ trợ những người bị ảnh hưởng bởi đại dịch Covid-19 bằng cách giúp tái đào tạo các kỹ năng, giúp họ duy trì sinh kế theo những cách mới. Chúng tôi cũng tiếp tục thực hiện các chương trình thúc đẩy tinh thần khởi nghiệp và giúp đỡ các nhóm thiểu số.

Dù gặp phải các hạn chế do đại dịch, chúng tôi vẫn muốn tiếp tục các hoạt động nền tảng ở những nơi có thể thực hiện, đồng thời nhanh chóng chuyển đổi nội dung các chương trình này lên các kênh số hóa để mọi người có thể tiếp cận và hưởng lợi.

NGA

Thông qua chương trình Blue Bird, Ngân hàng Home Credit Nga cấp học bổng đại học cho các sinh viên tài năng có hoàn cảnh gia đình khó khăn. Trong hơn 11 năm, hơn 200 sinh viên nhận học bổng đã tốt nghiệp đại học. Home Credit đã quyên góp hơn 260.000 USD cho Blue Bird và các chương trình, tổ chức thúc đẩy hòa nhập xã hội khác như Trung tâm Trẻ em Orandereya và Quỹ Starost v Radost (Fun Getting Old).

INDONESIA

Home Credit Indonesia có một chương trình đào tạo lâu đời dành cho người khuyết tật. Và khi các buổi học trực tiếp không thể diễn ra, chúng tôi chuyển sang hình thức hội thảo trực tuyến với các chủ đề như lập ngân sách, lập kế hoạch tài chính và thiết lập mục tiêu. Có khoảng 50 người tham dự các buổi hội thảo này. Chương trình này không chỉ đào tạo các kỹ năng giúp thúc đẩy mong muốn khởi nghiệp, nó còn cung cấp các ứng viên tài năng cho Home Credit Indonesia. Trong năm 2020, Home Credit đã tuyển 40 người từng tham gia các khóa đào tạo này.

VIỆT NAM

Từ năm 2014, Home Credit đã hỗ trợ phụ nữ sống ở các vùng nghèo, khó khăn, khu vực miền núi, có việc làm không ổn định. Chúng tôi cung cấp các khoản vay không lãi suất để họ có thể bắt đầu kinh doanh nhỏ như chăn nuôi, may mặc hoặc mở một cửa hàng tạp hóa. Năm 2020 đã có 10 hộ tham gia chương trình này và có hơn 80 hộ gia đình nhận được hỗ trợ từ Home Credit trong 8 năm qua.

KAZAKHSTAN

Bộ phận IT thuộc Ngân hàng Home Credit Kazakhstan cung cấp các lớp học công nghệ thông tin miễn phí và trợ cấp chi phí sinh hoạt cho người tham gia. Năm 2020, chúng tôi đã đào tạo 200 người, 40% trong số đó là phụ nữ. Dự án này đã giành chiến thắng trong Giải thưởng Thương hiệu Nhân sự Trung Á 2020.



Tại Home Credit, chúng tôi đều mong muốn mang đến ảnh hưởng tích cực cho mọi người xung quanh, chính vì thế, chúng tôi không ngừng suy nghĩ về việc làm sao để phục vụ cộng đồng tốt hơn, mang đến những cơ hội mới và giúp mọi người được trao quyền. Nó giúp nuôi dưỡng nguồn cảm xúc tuyệt vời về tinh đoàn kết và tinh thần đồng đội, dù đó là hoạt động gây quỹ cho các tổ chức từ thiện địa phương do một đồng nghiệp thực hiện hay việc tình nguyện tham gia các chương trình đào tạo.”



Bà Phạm Thị Bích Liên,
Trưởng phòng Phát triển bền vững,
Home Credit Việt Nam

TÌNH NGUYỆN

Đội ngũ nhân viên tại Home Credit đã tham gia vào nhiều hoạt động đa dạng trong năm nay, từ việc gây quỹ cho các mục tiêu thiện nguyện đến việc chia sẻ kinh nghiệm chuyên môn với người trẻ, chủ doanh nghiệp và nhóm có của chúng tôi đã tham gia vào một loạt các hoạt động trong năm nay, gây quỹ cho các nguyên nhân xứng đáng và chia sẻ chuyên môn của họ với những người trẻ tuổi, doanh nhân và cộng đồng có kiến thức về kỹ thuật số và tài chính thấp.

Các tình nguyện viên của Home Credit dù là với vai trò đại sứ tại các trường học địa phương hay xuất hiện với tư cách là diễn giả khách mời tại các buổi học, chúng tôi luôn hỗ trợ các tổ chức đối tác và các trường đại học tiếp cận nhiều đối tượng hơn.

INDONESIA VÀ VIỆT NAM

Home Credit Indonesia và Home Credit Việt Nam cùng hợp tác tổ chức các buổi hội thảo She Loves Data, nơi các chuyên gia của chúng tôi giới thiệu với các bạn trẻ là nữ về khoa học dữ liệu và khuyến khích họ theo đuổi sự nghiệp trong ngành này..

CỘNG HÒA SÉC

Home Credit Cộng hòa Séc đóng góp tương ứng cho các dự án mà nhân viên lựa chọn và tham gia tình nguyện. Gần đây, các nhân viên đã tham gia hoạt động tình nguyện tại các nhà dưỡng lão và các trại tị nạn, đồng thời tham gia trồng cây.

TRUNG QUỐC

Nhân viên Home Credit Trung Quốc tình nguyện đã tình nguyện làm đại sứ giảng dạy các kỹ năng tài chính thiết yếu cho học sinh, người lớn tuổi, công nhân và những người ở khu vực nông thôn. Chúng tôi cũng đã tổ chức một khóa học dành cho sinh viên MBA tại Đại học Khoa học và Công nghệ Hồng Kông về vấn đề công nghệ kỹ thuật mới đang ảnh hưởng các dịch vụ tài chính truyền thống.

ẤN ĐỘ

Home Credit đã hỗ trợ 500 phụ nữ thất nghiệp do đại dịch Covid-19 trở thành những tiểu thương bán hàng thủ công mỹ nghệ trực tuyến. Chúng tôi giúp cung cấp nguyên liệu thô cũng như đào tạo về các lĩnh vực như kỹ năng số và kỹ năng tiếp thị. Đồng thời, chúng tôi còn khởi động một dự án tình nguyện nơi nhân viên đào tạo những người trẻ về kỹ năng tiết kiệm và đầu tư cơ bản. Trong chương trình thí điểm, chúng tôi đã thành công làm việc 35 sinh viên và đang phát triển dự án trên quy mô lớn hơn vào năm 2021.

PHILIPPINES

Với sáng kiến Cyber Classes, nhân viên Home Credit đã thực hiện mô hình vườn ươm cho các công ty khởi nghiệp địa phương. Các buổi thảo luận gồm các chủ đề như phân tích kinh doanh và quản lý dự án theo phương pháp Agile.



“

Sau khi tham gia chương trình, tôi không còn phải lãng phí thời gian vào các công việc bán thời gian nữa mà có thể cống hiến hết mình cho việc học. Tôi rất biết ơn những người đã phát triển chương trình này, nó mang lại cho những người sống bên ngoài các thành phố lớn nhiều cơ hội để tiếp cận các chương trình giáo dục cao hơn.

”

Vladimir Leonov,
sinh viên năm nhất,

Đại học Kinh tế Nga Plekhanov ở Moscow



“

Đại dịch Covid-19 ảnh hưởng đến tất cả mọi người và làm gián đoạn mọi khía cạnh của cuộc sống. Nhưng thay vì mãi ủ ê về những ảnh hưởng tiêu cực của nó đối với cuộc sống, sức khỏe và nền kinh tế, khi mà các số liệu về tỷ lệ lây nhiễm và tử vong tăng nhanh, những người có tư duy thay đổi chân chính đã ngay lập tức hành động để ngăn chặn và giảm bớt sự đau khổ cho nhóm người yếu thế, dễ bị tổn thương hơn. Don Bosco Network (Bosconet), cùng với các đối tác của mình, đã tiếp cận với sáu triệu người có nhu cầu trên khắp Ấn Độ. Home Credit Ấn Độ là một trong những đối tác đầu tiên đã nhanh chóng phối hợp với chúng tôi để mở rộng các hoạt động hỗ trợ nhân đạo quan trọng. Thật ấm lòng khi biết rằng Ông Jean-Pascal Duvieusart, Tổng giám đốc của Home Credit, đã có những góp cá nhân. Bosconet sẽ luôn ghi nhớ hành động mang đậm tinh thần đoàn kết này.”

”

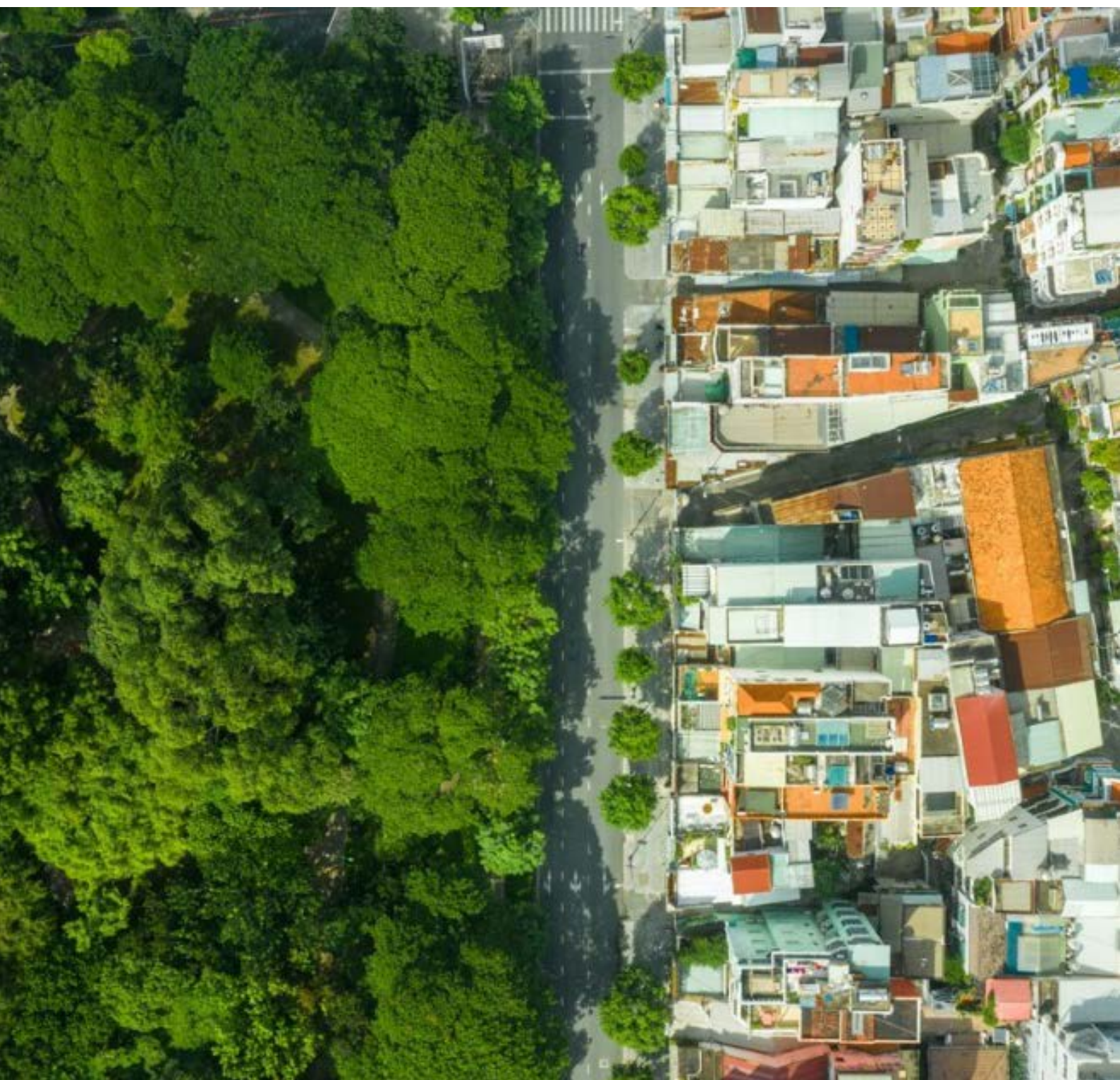
Cha Noel Maddhichetty,
Giám đốc,
Don Bosco Network (Bosconet)

HÀNH TINH XANH

TÌM HIỂU THÊM VỀ

43 Vận hành xanh

44 Thúc đẩy tiêu dùng bền vững



VẬN HÀNH XANH

Home Credit hướng đến việc trở thành một công dân có trách nhiệm với môi trường. Chúng tôi đang nỗ lực để giảm tải dấu chân carbon của mình thông qua việc khuyến khích thực hiện hoạt động, vận hành xanh.

Một yếu tố quan trọng trong cách tiếp cận của Home Credit là giảm sử dụng giấy trên toàn Tập đoàn. Nhờ quá trình số hóa mà toàn bộ quá trình đăng ký đều không cần dùng đến giấy. Chúng tôi thực hiện được điều này nhờ thực hiện quy trình “định danh khách hàng điện tử (e-KYC). Hiện nay, Home Credit đang nỗ lực loại bỏ giấy khỏi các quy trình còn lại, nếu quy định cho phép, như việc sử dụng hóa đơn điện tử. Những nỗ lực bao gồm việc thúc đẩy nền văn hóa có ý thức về môi trường tại các văn phòng của Home Credit, chẳng hạn như khuyến khích nhân viên không in hoặc in hai mặt. Nếu có thể, chúng tôi cũng đưa vào sử dụng lưu trữ thông tin dưới dạng kỹ thuật số, thay thế các bản cứng, vốn nguồn sử dụng giấy đáng kể.

Một cách khác để giảm dấu chân carbon là giảm thiểu di chuyển bằng đường hàng không. Đại dịch Covid-19 là chất xúc tác giúp đánh giá lại phương pháp này. Thành công trong việc thực hiện các buổi họp trực tuyến và kết hợp các công cụ kỹ thuật số đã đặt nền tảng cho việc di chuyển có ý thức hơn về môi trường. Ở Trung Quốc, chúng tôi cũng đang tìm cách để phát triển và trở thành một doanh nghiệp trung hòa carbon.

TRUNG QUỐC

Home Credit Trung Quốc đã đạt được những tiến bộ đáng kể trong nỗ lực thúc đẩy vận hành xanh. Chúng tôi đã giảm lượng giấy dùng trong văn phòng từ 6,5

triệu tờ vào năm 2019 xuống còn 1,8 triệu vào năm 2020. Chúng tôi tiếp tục chương trình tái chế thiết bị công nghệ phổ biến của mình, với 3.320 mặt hàng không cần thiết được bán cho nhân viên thông qua hình thức đấu giá. Và việc chuyển dịch qua công nghệ đám mây giúp hiệu quả năng lượng của cơ sở hạ tầng công nghệ của chúng tôi tăng từ 20 đến 30%. Home Credit Trung Quốc sở hữu kế hoạch đầy tham vọng nhằm trung hòa carbon về mức sử dụng điện vào năm 2025. Đồng thời, chúng tôi đang trong quá trình phát triển các kế hoạch để bù đắp carbon.

INDONESIA

Indonesia là thị trường truyền thống, còn phụ thuộc nhiều vào các quy trình làm việc trên giấy. Năm 2020, Home Credit đã đạt được những tiến bộ đáng kể trong việc giảm lượng tiêu thụ giấy bằng các chuyển đổi sang hóa đơn điện tử, giảm được 90% lượng giấy thường dùng.

NGA

Ngân hàng Home Credit Nga đã tiết kiệm được 830.000 kWh điện trong năm 2020 bằng cách nâng cấp các thiết bị công nghệ cũ sang các lựa chọn giúp tiết kiệm năng lượng hơn, thay thế toàn bộ bóng đèn thường bằng bóng đèn LED và cải thiện hệ thống làm mát máy chủ. Chúng tôi cũng đưa ra những sáng kiến thành công trong việc khuyến khích tái chế như việc đặt các thùng gom quần áo cũ tại văn phòng và tái chế thành công 30kg pin.



“Home Credit Trung Quốc đặt mục tiêu trung hòa carbon trong việc sử dụng điện vào năm 2025. Đó là một kế hoạch lớn, nhưng chúng tôi là một doanh nghiệp đầy tham vọng

”

Paul Hu,
Trưởng phòng Tiếp thị sản phẩm và Vận hành,
Home Credit Trung Quốc

Tăng 20%

độ hiệu quả trong việc sử dụng năng lượng công nghệ nhờ việc chuyển đổi sang công nghệ đám mây tại Home Credit Trung Quốc

830k kWh

điện tiết kiệm được tiết kiệm trên toàn hệ thống Ngân hàng Home Credit Nga nhờ thực hiện hàng loạt các biện pháp tiết kiệm năng lượng

THÚC ĐẨY TIÊU DÙNG BỀN VỮNG

Một lối sống xanh bao gồm việc đưa ra những lựa chọn nhỏ nhưng tổng thể mang lại tác động lớn. Chúng tôi ở đây để giúp khách hàng dễ dàng đưa ra những lựa chọn này hơn.

Home Credit Marketplace là nền tảng trung tâm trong việc khuyến khích tiêu dùng bền vững. Bên cạnh việc thông tin tới khách hàng về các thông số môi trường của các sản phẩm khác nhau, chúng tôi còn cung cấp các chương trình quà tặng và giảm giá cho các lựa chọn mua sắm thân thiện với môi trường. Chẳng hạn như trên Marketplace, khách hàng có thể dễ dàng kiểm tra chứng nhận xanh, so sánh hiệu quả năng lượng của các thiết bị khác nhau và tiếp cận các sản phẩm hướng đến một lối sống bền vững hơn.

Chúng tôi cũng thúc đẩy mô hình kinh tế tuần hoàn, với các chương trình khuyến khích khách hàng mua đồ cũ và thực hiện tái chế.

NGA

Ngân hàng Home Credit Nga phát hành thẻ ghi nợ được làm bằng nhựa phân hủy sinh học, thân thiện với môi trường. Để khuyến khích khách hàng tiêu dùng có trách nhiệm, các giao dịch sử dụng loại thẻ này và thể hiện trách nhiệm với môi trường

sẽ được tích lũy thành các khoản quyền góp cho các tổ chức từ thiện môi trường.

TRUNG QUỐC

Home Credit Marketplace quảng bá các sản phẩm như xe đạp điện cho du lịch xanh, các thiết bị tiêu thụ năng lượng thấp giúp tiết kiệm năng lượng và dụng cụ thể dục thân thiện môi trường, hướng tới cuộc sống lành mạnh hơn. Đây cũng là nơi giới thiệu các sản phẩm mang Nhân Bảo vệ Trái đất. Trong ba năm qua, chúng tôi đã tài trợ hơn 300.000 máy điều hòa không khí tiết kiệm năng lượng và hơn 1,5 triệu xe đạp điện.

Năm 2020 này, chúng tôi đã thực hiện một sáng kiến nhằm khuyến khích nền kinh tế tuần hoàn, hợp tác với Công ty Guma để kêu gọi tái chế điện thoại di động. Khách hàng bán lại cho chúng tôi điện thoại cũ của họ, sau đó điện thoại sẽ được sửa chữa và làm mới để đưa Marketplace. Điện thoại di động cũ chiếm 3,9% số điện thoại được bán trên Marketplace.



Chúng tôi giúp khách hàng dễ dàng lựa chọn lối sống bền vững với các sản phẩm thân thiện với môi trường. Thẻ ghi nợ xanh được làm bằng nhựa phân hủy sinh học ở Nga là một ví dụ. Nó khuyến khích khách hàng lựa chọn sản phẩm thân thiện với môi trường khi mua sắm. Chương trình tích điểm thưởng hợp tác với các đối tác của chúng tôi giúp việc lựa chọn lối sống lành mạnh và quan tâm đến thế giới xung quanh trở nên dễ dàng hơn rất nhiều.



Igor Krivonos,
Giám đốc Khối Thẻ ghi nợ,
Ngân hàng Home Credit Nga



1.5 triệu

xe hai bánh điện được tài trợ bởi Home Credit Trung Quốc trong ba năm qua

ĐỐI TÁC VÀ CÁC BÊN LIÊN QUAN

TÌM HIỂU THÊM VỀ

46 Đối tác bán lẻ của chúng tôi

47 Các bên liên quan

48 Cộng đồng nhà đầu tư



ĐỐI TÁC BÁN LẺ CỦA CHÚNG TÔI

Home Credit giúp thúc đẩy phát triển mô hình kinh doanh từ trực tuyến đến thực tế (Online-to-Offline) nhờ việc kết nối khách hàng với các nhà bán lẻ. Cách tiếp cận của chúng tôi tập trung vào việc khuyến khích tiêu dùng bền vững và có trách nhiệm - đồng thời mang đến cho các đối tác cơ hội phát triển tốt hơn trong một thị trường số hóa ngày càng mạnh mẽ.

Trong nhiều thập kỷ, nhờ các khoản vay của Home Credit, các sản phẩm của các đối tác bán lẻ có giá thành hợp lý và dễ mua hơn, giúp họ thuận lợi tiếp cận khách hàng mới. Tuy nhiên, năm 2020 đánh dấu một bước thay đổi trong mối quan hệ lâu dài của chúng tôi với các đối tác, từ các cửa hàng lớn đến các hộ kinh doanh nhỏ lẻ. Để thích ứng với cuộc sống trong và sau đại dịch Covid-19, chúng tôi tập trung hỗ trợ các đối tác trong việc chuyển đổi số, vốn là bước cần thiết giúp họ tiếp cận khách hàng tốt từ bất kỳ đâu.

Chúng tôi đã thực hiện nhiều bước nâng cấp cho Home Credit Marketplace, nền tảng nơi các sản phẩm bán lẻ được giới thiệu trên Ứng dụng Home Credit. Các cải tiến trong ứng dụng giúp các đối tác dễ dàng làm quen và tận dụng mô hình thương mại điện tử và mua sắm đa kênh; đồng thời, khách hàng có thể tìm hiểu, so sánh và lựa chọn giá và các ưu đãi tốt nhất cũng như kiểm tra tình trạng hàng tại cửa hàng và lựa chọn đến nhận hàng tận nơi - tất cả đều gói gọn trong một ứng dụng. Nhờ các công cụ giúp đưa sản phẩm và chương trình khuyến mãi lên Marketplace, chúng tôi hỗ trợ các nhà bán lẻ tiếp cận dễ dàng với các khách hàng ở gần họ. Ứng dụng Home Credit tích hợp với các trang thương mại điện tử phổ biến cùng hình thức thanh toán qua bên thứ ba giúp trải nghiệm của khách hàng với các nhà bán lẻ tích cực hơn.

Chúng tôi cũng giúp các đối tác tận dụng các cơ hội để mở ra các dòng doanh thu mới. Chẳng hạn như với các đối tác bán lẻ ngành hàng điện tử, chúng tôi hỗ trợ

chương trình cho vay mua linh kiện và gia tăng thời hạn bảo hành, giúp mang lại lợi nhuận cao hơn.

Nhờ những nỗ lực và các sáng kiến của Home Credit trong năm 2020, các đối tác bán lẻ đã đạt được tăng trưởng đáng kể về doanh số, bất chấp những khó khăn, thách thức do đại dịch gây ra.

PHILIPPINES

Tại Philippines, 88% đối tác bán lẻ của chúng tôi là các hộ kinh doanh gia đình. Để hỗ trợ các doanh nghiệp này, chúng tôi đã thực hiện một chiến dịch tiếp thị thành công, giúp hiển thị các ưu đãi độc quyền của họ trên ứng dụng của chúng tôi. Thông qua Marketplace và việc Home Credit đóng vai trò như nhà bảo lãnh, đảm bảo uy tín và độ tin cậy, nhiều đối tác bán lẻ của chúng tôi đã chuyển sang mô hình kinh doanh trực tuyến thành công. Điều này đặc biệt quan trọng ở Philippines, nơi khách hàng thường không tin tưởng những cửa hàng bán lẻ ít nổi tiếng hơn trên các sàn thương mại điện tử do tỷ lệ lừa đảo cao.

NGA

Tại Nga, 5% doanh số bán hàng của các đối tác bán lẻ của chúng tôi được thực hiện nhờ các khoản vay của Home Credit. Chúng tôi còn có các chương trình liên kết độc đáo, như dự án hợp tác với Samsung cho phép khách hàng nâng cấp điện thoại di động và tái chế điện thoại cũ của họ. Dự án này chiếm 15% doanh số bán hàng phân khúc cao cấp của Samsung tại Nga. Đây là dự án hợp tác các bên cùng có lợi, cho khách hàng, Samsung và Home Credit.



“

Covid-19 đã mang đến những thay đổi lớn trong việc kinh doanh! Chính vì thế, Home Credit tập trung vào việc giúp các nhà đối tác bán lẻ thực hiện chuyển đổi số để họ kịp thích ứng với đại dịch. Chúng tôi cung cấp các giải pháp ứng dụng công nghệ plug-and-play, giúp họ tiếp cận khách hàng mới và thúc đẩy doanh thu, và phương pháp mà chúng tôi áp dụng đều nhằm khuyến khích tiêu dùng có trách nhiệm và bền vững.

”

Stanislav Tyan,
Trưởng bộ phận Chuyển đổi số,
Ngân hàng Home Credit Kazakhstan

332k

mạng lưới đối tác bán lẻ bền vững

20%

các đối tác bán lẻ của Home Credit nằm ở những khu vực có khả năng tiếp cận dịch vụ tài chính thấp nhất Trung Quốc.

CƠ QUAN CHÍNH PHỦ VÀ CÁC BÊN LIÊN QUAN TRONG NGÀNH

Trong quá trình làm việc với các bên liên quan ở nhiều nước trên thế giới, Home Credit giúp thiết lập bộ tiêu chuẩn cho hoạt động cho vay có trách nhiệm, bảo vệ dữ liệu, các công tác phòng chống gian lận, chống rửa tiền và giữ gìn an ninh mạng.

Trước xu hướng chuyển đổi số diễn ra ngày càng mạnh mẽ trong nhiều ngành, cụ thể là ngành dịch vụ tài chính, Home Credit đã làm việc cẩn thận với các cơ quan quản lý cũng như các bên liên quan trong ngành để đảm bảo khách hàng có thể an tâm tận hưởng các lợi ích mà công nghệ mang lại, đồng thời được bảo vệ bởi các quy định chặt chẽ. Giữ gìn an ninh mạng, cho vay có trách nhiệm, bảo vệ dữ liệu và quyền riêng tư của khách hàng luôn là các tiêu chí được ưu tiên hàng đầu trong phương thức tiếp cận sáng tạo của Home Credit. Chúng tôi cũng là doanh nghiệp tiên phong trong việc đảm bảo duy trì tiêu chuẩn cao nhất tại tất cả các thị trường mà chúng tôi hoạt động. Chúng tôi cũng cố gắng tận dụng ưu thế là một doanh nghiệp đa quốc gia để tóm tắt hiệu quả và chia sẻ quan điểm nhằm hỗ trợ các cơ quan quản lý được tốt nhất.

Hầu hết các hoạt động hợp tác cùng các bên liên quan của chúng tôi trong năm 2020 là để ứng phó với Covid-19. Chúng tôi tham gia các hội nghị của Liên minh Tài chính Toàn diện (AFI) nhằm thảo luận và tìm ra cách thức tốt nhất để hỗ trợ kịp thời trong đại dịch. Home Credit đồng hành cùng các nhà quản lý, các cơ quan chính phủ trong việc xây dựng các chính sách để đảm bảo thanh khoản và bảo vệ khách hàng, như các ưu đãi trong việc thanh toán khoản vay.

ẤN ĐỘ

Để hỗ trợ ứng phó với Covid-19, chúng tôi đã gửi các kiến nghị lên cơ quan tham mưu của Thủ tướng chính phủ và giúp các cơ quan quản lý đưa ra các giải pháp hợp lý cho vấn đề thanh khoản và ưu đãi trong việc thanh toán khoản vay. Nhờ các kinh nghiệm tích lũy được tại nhiều quốc gia của chúng tôi, các chính sách phản ứng với Covid-19 được xây dựng và thực hiện. Chúng tôi cũng hợp tác với Ngân hàng Dự trữ Ấn Độ (RBI) để thực hiện chủ trương “hiểu rõ khách hàng của bạn” (know your customer) và chia sẻ về các biện pháp tốt nhất về bảo mật dữ liệu số.

PHILIPPINES

Home Credit đã tham gia thảo luận cùng Ngân hàng Trung ương Philippines (BSP) tại diễn đàn về chuyển đổi số trong ngành dịch vụ tài chính. Đây là ưu tiên lớn nhất bởi chương trình hỗ trợ Covid-19 của chính phủ được thực hiện thông qua ngân hàng trực tuyến và ví điện tử.

VIỆT NAM

Chúng tôi đã tổ chức các buổi hội thảo để đưa ra các phương án tốt nhất cho các bên liên quan khác nhau, bao gồm một phiên thảo luận về quyền riêng tư và bảo mật dữ liệu cùng Bộ Thông tin & Truyền thông và một hội thảo về hoạt động chống rửa tiền với Ngân hàng Nhà nước Việt Nam.



Tôi tự hào với việc Home Credit được xem là một đối tác đáng tin cậy của các cơ quan quản lý tại các quốc gia chúng tôi hoạt động, cũng như trên trường quốc tế. Các hoạt động nhằm chia sẻ kiến thức chuyên môn cũng như các bí quyết, đồng thời kết nối mọi người và đảm bảo uy tín của doanh nghiệp là một phần không thể thiếu để chúng tôi duy trì sự thành công của mình. Tôi rất vui các hình thức tiếp cận chủ động, hấp dẫn và mạnh mẽ của chúng tôi trở thành những ví dụ điển hình về cách bảo vệ khách hàng và tăng cường khả năng tiếp cận của họ với các dịch vụ tài chính.



Jude Romano,
Giám đốc Quan hệ Chính phủ,
Home Credit Philippines

CỘNG ĐỒNG NHÀ ĐẦU TƯ

Các dòng vốn ESG hiện là phân khúc đang được phát triển tại các thị trường của chúng tôi. Home Credit luôn cân nhắc để tận dụng và tối ưu nguồn vốn này nhằm tối đa hóa lợi ích của các cổ đông, khách hàng, cộng đồng và các bên liên quan.

Tác động mà tài chính xanh, tài chính xã hội và các chỉ tiêu ESG khác mang lại sẽ tiếp tục là xu hướng quan trọng và có sức hướng dẫn đến sự phát triển trong tương lai của ngành tài chính. Xu hướng này cũng lan rộng trên toàn cầu khi các nhà đầu tư, các đối tác lớn ngày càng quan tâm hơn về tài chính xã hội và tài chính bền vững theo chỉ tiêu ESG. Cơ hội đầu tư vào các sáng kiến ESG gia tăng nhanh chóng châu Á và trên toàn thế giới.

Home Credit sẽ làm việc với các thành viên góp vốn để khuyến khích đầu tư vào ESG. Với sự hỗ trợ từ các đối tác, chúng tôi có thể mở rộng phạm vi tiếp cận để cung cấp dịch vụ tài chính tới nhiều khách hàng, giúp cải thiện hơn nữa chất lượng cuộc sống của họ, đồng thời góp phần hỗ trợ sự phát triển bền vững của nền kinh tế. Những nỗ lực đồng lòng từ cộng đồng, khách hàng, các đối tác, nhà đầu tư và các cơ quan quản lý giúp Home Credit hoàn thành trách nhiệm xã hội của mình.

Là doanh nghiệp đi đầu trong việc thúc đẩy hoạt động cho vay có trách nhiệm, chúng tôi tin tưởng mạnh mẽ rằng nguồn trái phiếu xã hội và các khoản cho vay sẽ mang đến những tác động tích cực, bên cạnh những tăng trưởng nhanh chóng mà trái phiếu xanh đạt được. Home Credit đang ở giai đoạn đầu khám phá các lựa chọn tài chính bền vững như cơ hội tài trợ liên quan đến ESG. Năm 2020, chúng tôi đã có những cuộc đối thoại tích cực với các thành viên góp vốn ở các nước sở tại cũng như trên thị trường quốc tế, và chúng tôi sẽ tiếp tục hành trình này trong năm 2021.



Nỗ lực của chúng tôi bao gồm việc đối thoại với các thành viên góp vốn nhằm điều chỉnh các chỉ số KPI về ESG cho các khoản vay bền vững ở Nam Á. Tại Trung Quốc, nơi Home Credit có các hoạt động hướng tới việc trung hòa carbon vào năm 2025, chúng tôi đã hợp tác với Quỹ Tín Nhiệm Quốc tế Minmetals để thành lập một quỹ từ thiện. Tại Việt Nam, chúng tôi tìm kiếm các đối tác để cung cấp các khoản vay không lãi suất cho những người có nhu cầu, hướng đến mục tiêu thúc đẩy tài chính toàn diện. Tại Nga, chúng tôi khuyến khích tiêu dùng bền vững với chương trình thẻ ghi nợ xanh, và còn hệ thống các dự án lớn trong tương lai, được lên kế hoạch thực hiện ở các thị trường khác.

“

Cộng đồng các nhà đầu tư đang dần ghi nhận các cam kết và thành tựu về ESG của Home Credit. Với vị thế của chúng tôi tại các thị trường mà chúng tôi hoạt động, các chỉ tiêu về ESG, CSR và các hoạt động đóng góp cho xã hội luôn là chủ đề được quan tâm trong các cuộc họp với các đối tác.

”

Jean Lafontaine,
Trưởng bộ phận Nguồn vốn,
M&A và Quan hệ Đầu tư,
Tập đoàn Home Credit

Hơn 150

đối tác hỗ trợ Home Credit trên toàn cầu tính đến tháng 12 năm 2020

QUẢN TRỊ DOANH NGHIỆP TẠI HOME CREDIT

TÌM HIỂU THÊM VỀ

50 Quản trị doanh nghiệp

51 Quản lý rủi ro



QUẢN TRỊ DOANH NGHIỆP

Phương thức quản trị doanh nghiệp của Home Credit bao gồm việc đưa ra các quyết định và quá trình giám sát, giúp chúng tôi có được thành công lâu dài. Quản trị doanh nghiệp hiệu quả không chỉ mang lại lợi ích cho các cổ đông mà khách hàng, các cộng sự, đối tác, các bên liên quan khác của chúng tôi và cả cộng đồng cũng được hưởng lợi.

Quy trình quản trị doanh nghiệp vững mạnh giúp Home Credit sở hữu một nền tảng bền vững, củng cố cho sự thành công và tăng trưởng của chúng tôi. Vậy nên Hội đồng Quản trị của Home Credit tiếp tục phát triển quy trình quản trị này để hỗ trợ các mục tiêu chiến lược và đảm bảo hiệu suất cao.

- Tập đoàn nắm giữ cổ phần trong các công ty tài chính tiêu dùng tại chín quốc gia ở năm khu vực:
- Trung và Đông Âu, gồm các doanh nghiệp tại Cộng hòa Séc và Slovakia
- Cộng đồng các Quốc gia Độc lập, gồm các doanh nghiệp ở Nga và Kazakhstan
- Trung Quốc
- Nam và Đông Nam Á, bao gồm các doanh nghiệp và dự án ở Ấn Độ, Indonesia, Philippines và Việt Nam

Các chi nhánh của Home Credit là các công ty hoạt động hợp pháp - được cấp phép đầy đủ bởi cơ quan quản lý và tuân thủ luật pháp của nước sở tại. Chúng tôi được cấp phép mở ngân hàng ở Nga, Kazakhstan, Cộng hòa Séc và có giấy phép mở dịch vụ bảo hiểm ở Nga.

BỘ NGUYÊN TẮC QUẢN TRỊ DOANH NGHIỆP CỦA HOME CREDIT

Home Credit là một tổ chức đa dạng với bộ nguyên tắc được thiết kế để việc quản trị trên toàn Tập đoàn diễn ra hiệu quả. Các Giám đốc điều hành và quản lý cấp cao của Tập đoàn được yêu cầu và giám sát các công ty con của Home Credit hoạt động sao cho phù hợp với các yêu cầu pháp lý và quy định của từng thị trường, cũng như tuân thủ các quy định của PPF Financial Holdings tại CH Séc. Bộ nguyên tắc bao gồm các chính sách vùng được triển khai trên quy mô toàn cầu. Cụ thể như:

- Chính sách ESG
- Quy tắc Ứng xử và Đạo đức Kinh doanh
- Chính sách Chống Hối lộ và Chống Tham nhũng
- Chính sách Chống Rửa tiền và Chống Khủng bố
- Điều lệ Tuân thủ toàn Tập đoàn
- Khung Bảo vệ Dữ liệu Cá nhân
- Khung Quản lý Rủi ro
- Chính sách Đãi ngộ

Hội đồng quản trị chịu trách nhiệm thiết lập định hướng chiến lược và khẩu vị rủi ro cho Home Credit - và là cơ quan ra quyết định cuối cùng cho các vấn đề có ý nghĩa chiến lược, kiểm định rủi ro, tài chính, thiết lập quy định và đảm bảo uy tín trên toàn Tập đoàn. Có các Ủy ban Quản lý Rủi ro, Tài sản và Trách nhiệm pháp lý để hỗ trợ cho Hội đồng về quản lý rủi ro trong vận hành và thanh khoản. Tất cả các chi nhánh của chúng tôi ở mỗi quốc gia đều có hội đồng quản trị và ủy ban riêng (trong một số trường hợp sẽ có ban giám sát).

Hội đồng quản trị nỗ lực trong việc ghi nhận và đánh giá quan điểm của các bên liên quan để ứng xử với khách hàng, các cộng sự, nhà cung cấp, cộng đồng và xã hội. Chúng tôi thường xuyên theo dõi các chỉ số chính trong các lĩnh vực như văn hóa, quyền công dân, đức và sự hài lòng của khách hàng, từ đó đảm bảo các dự định về môi trường, xã hội và quản trị được thực hiện và kiểm soát hiệu quả.

Trong năm 2020, Hội đồng quản trị chú trọng nhiều hơn vào việc hỗ trợ khách hàng, các cộng sự và cộng đồng đối mặt với Covid-19 và tình trạng phong tỏa. Đồng thời, chúng tôi tiếp tục nỗ lực không ngừng



“Home Credit là một tổ chức lớn, đa dạng, vậy nên thực hiện quản trị doanh nghiệp tốt không chỉ là nghĩa vụ mà còn là điều kiện thiết yếu. Nó là một phần trong DNA của chúng tôi. Bộ nguyên tắc quản trị vững mạnh giúp chúng tôi kiểm tra và cải thiện những nỗ lực về văn hóa, quyền công dân, đạo đức và sự hài lòng của khách hàng, và đặc biệt là về môi trường, xã hội và quản trị.”

Pavel Rozehnal,
Giám đốc Pháp lý và Tuân thủ,
Tập đoàn Home Credit

trong việc cho vay có trách nhiệm thông qua quản lý rủi ro và cung cấp kiến thức tài chính, song song với việc thúc đẩy sự đa dạng và hòa nhập.

Hội đồng quản trị cũng hướng đến tiếp cận toàn diện trong việc chỉ định các vị trí giám đốc; tính đến ngày 31 tháng 12 năm 2020, Hội đồng Quản trị Home Credit N.V. gồm có sáu thành viên - có 5 quốc tịch khác nhau và một phần ba trong số đó là phụ nữ. Trong năm 2020, Hội đồng quản trị đã thảo luận về cách sự đa dạng và hòa nhập có thể được thực thi tốt hơn khi lên kế hoạch kế nhiệm và phát triển nhân tài.

QUẢN LÝ RỦI RO

Vấn đề môi trường, xã hội và quản trị liên quan chặt chẽ đến tính bền vững cũng như hiệu suất tài chính của doanh nghiệp. Home Credit luôn tuân thủ nghiêm ngặt trong việc giải quyết các rủi ro phát sinh từ các yếu tố môi trường, xã hội và quản trị - và quản lý ảnh hưởng của chúng với các vấn đề lớn hơn như rủi ro về tín dụng, thị trường, uy tín và hoạt động rộng.

Home Credit cam kết xây dựng một doanh nghiệp bền vững để phục vụ khách hàng, cộng đồng và các bên liên quan. Thông qua việc quản lý những yếu tố bất định, rủi ro và cơ hội một cách hiệu quả, Home Credit nâng cao năng lực doanh nghiệp và giá trị mà chúng tôi cung cấp.

QUẢN TRỊ RỦI RO DOANH NGHIỆP

Khung Quản trị Rủi ro Doanh nghiệp (ERMF) của chúng tôi được thiết kế để xác định, đo lường, quản lý, giám sát và báo cáo các rủi ro có thể ảnh hưởng đến khả năng đạt được các mục tiêu kinh doanh của chúng tôi. Ở cấp độ Tập đoàn, ERMF được chia nhỏ thành từng đề mục về thị trường, thanh khoản, vốn và quản lý rủi ro hoạt động, đồng thời báo cáo, dự trữ và quản lý kinh doanh liên tục.

ERMF được triển khai trên toàn Tập đoàn và được hệ thống hóa thông qua các chính sách về rủi ro và tiêu chuẩn kinh doanh. Chúng đề ra các chiến lược về rủi ro, khẩu vị, khuôn khổ và các yêu cầu tối thiểu trong việc vận hành của toàn Tập đoàn trên thế giới. Việc tuân thủ được quản lý bởi các Ủy ban Giám sát Rủi ro. Hội đồng Quản trị đặt ra khẩu vị rủi ro, đồng thời thiết lập và vận hành các biện pháp kiểm soát để đánh giá và quản lý rủi ro cho Tập đoàn. Home Credit có ba lớp bảo vệ: Giám đốc điều hành của Tập đoàn, các giám đốc điều hành chi nhánh và các quản lý dưới quyền. Mỗi lớp bảo vệ để được ủy quyền và chịu trách nhiệm trong việc quản lý rủi ro. Là đơn vị pháp nhân, chúng tôi cũng chịu sự giám sát của các quy định.

Tập đoàn rất chú trọng vấn đề quản lý rủi ro hoạt động. Đội ngũ vùng và các nhóm

tại từng quốc gia được thiết lập để giám sát các quy trình nhằm đảm bảo chất lượng, họ được trang bị các phương pháp chuyên biệt, cụ thể và các công cụ về công nghệ thông tin. Quy trình quản lý rủi ro hoạt động của Home Credit, đã được xác nhận và kiểm tra bởi Ngân hàng Quốc gia Séc, dựa trên bốn trụ cột chính:

XÁC ĐỊNH RỦI RO

- Tự đánh giá và kiểm soát rủi ro, hợp nhất ở cấp độ Tập đoàn
- Giám sát liên tục các nguy cơ rủi ro thông qua các chỉ số chính
- Thu thập các dữ liệu đã mất, phân tích nguyên nhân gốc và thiết lập kế hoạch tương ứng

Quản trị rủi ro là một ưu tiên khác của Tập đoàn. Home Credit luôn cam kết cung cấp trải nghiệm khách hàng vượt trội và quy trình quản lý rủi ro giúp chúng tôi thiết lập hướng đi phù hợp. ERMF giúp Tập đoàn định hướng tư duy và văn hóa lấy khách hàng làm trung tâm, cải thiện và duy trì quan hệ khách hàng tốt, cho phép quản lý hiệu quả hơn.

QUẢN LÝ RỦI RO TÍN DỤNG

Với Home Credit, quản lý rủi ro tín dụng là một lợi thế cạnh tranh lớn. Chúng tôi là một doanh nghiệp đầy kinh nghiệm trong việc sử dụng khoa học dữ liệu để đánh giá rủi ro tín dụng, kiểm tra thông tin khách hàng liên quan đến địa điểm, lịch sử, hành vi giao dịch cũng như siêu dữ liệu. Như trong năm nay tại Trung Quốc, chúng tôi đã thử nghiệm 124 nguồn dữ liệu mới và thêm 25 nguồn khác vào quy trình. Điều này làm



Chúng tôi đầu tư nhiều vào quản lý rủi ro doanh nghiệp, cân bằng cách giữa các phương thức tốt nhất, áp dụng được cho toàn Tập đoàn và cân bằng với thực tế tại từng địa phương.



Radek Pluhar,
Giám đốc Rủi ro,
Tập đoàn Home Credit

38s

là thời gian trung bình để thẩm định cho khách hàng sau khi tiếp nhận thông tin

265

nguồn dữ liệu lớn được dùng trong quá trình thẩm định toàn cầu, tính đến tháng 12 năm 2020

tăng khả năng thẩm định, đồng thời cho phép chúng tôi điều chỉnh các dịch vụ dựa trên nhu cầu và khả năng trả nợ của khách hàng. Các nghiên cứu và mở rộng của chúng tôi cũng cải thiện các quy trình như kiểm tra danh tính và thực hiện chủ trương “hiểu rõ khách hàng của bạn” (know your customer). Nhờ các công nghệ tiên tiến bao gồm kiểm tra danh tính người thật và sinh trắc học, chúng tôi có những cách hiệu quả để xác minh danh tính - giúp khách hàng sử dụng các dịch vụ số an toàn hơn.

Nhờ vậy, chúng tôi có thể nhanh chóng phê duyệt khoản vay sau hai giây, tối ưu hóa quy mô và giá thành để trao quyền cho khách hàng một cách có trách nhiệm. Khả năng của Home Credit trong việc cung cấp dịch vụ với mức độ nghiêm ngặt

cùng chất lượng cao cho các khách hàng chưa được ngân hàng tiếp cận là duy nhất trên thị trường.

Chúng tôi tiến hành các quy trình quản lý rủi ro thường xuyên, có hệ thống và nghiêm ngặt, bao gồm việc duy trì liên lạc với khách hàng để đảm bảo họ được đối xử công bằng và không có nguy cơ gian lận, lừa đảo. Hệ thống cảnh báo sớm giúp đánh dấu sự bất thường trong hành vi của khách hàng, từ đó giảm thiểu rủi ro gian lận với hiệu quả cao. Nhờ các hệ thống và xử lý theo quy định. Chẳng hạn như tại Home Credit Trung Quốc, trong năm 2020 đã chứng kiến mức độ cải thiện lên đến hai con số trong việc quản lý gian lận, trong khi Ngân hàng Home Credit Nga giảm 64% số vụ gian lận trong các giao dịch của năm.



“

Chúng tôi có thể nhanh chóng phê duyệt khoản vay sau hai giây nhờ quy trình quản lý rủi ro tín dụng nghiêm ngặt và dựa trên dữ liệu, đồng thời sử dụng Dữ liệu lớn và Trí tuệ Nhân tạo để phát triển các mô hình thẩm định chính xác.

”

Kiryl Odintsov,
Trưởng bộ phận Khoa học Dữ liệu,
Home Credit Indonesia



Home Credit N.V.
World Trade Center
Strawinskylaan 933
1077 XX Amsterdam
Netherlands

**HOME
CREDIT**

