

XU HƯỚNG MỚI TÁC ĐỘNG ĐẾN MÔI TRƯỜNG KINH DOANH

● BÙI LỆ GIANG

Khoa Kinh tế

- Học viện Hành chính và Quản trị công

TÓM TẮT:

Bài viết phân tích những xu hướng thay đổi chính đang tác động sâu sát đến môi trường kinh doanh hiện nay, bao gồm: chuyển đổi số, bền vững môi trường, toàn cầu hóa, biến động nhân khẩu và sự thay đổi trong hành vi người tiêu dùng. Những xu hướng này không chỉ đem lại thách thức, mà còn tạo ra cơ hội mới cho doanh nghiệp. Từ đó, tác giả đưa ra những giải pháp giúp doanh nghiệp nắm bắt cơ hội.

Từ khóa: xu hướng kinh doanh, chuyển đổi số, bền vững, toàn cầu hóa, hành vi tiêu dùng, nhân khẩu.

1. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh thế giới đang thay đổi nhanh chóng, môi trường kinh doanh không ngừng biến động do tác động của nhiều xu hướng lớn. Chuyển đổi số tốc độ cao đang tác động đến cách thức doanh nghiệp vận hành, từ quy trình sản xuất đến giao tiếp khách hàng. Song song đó, sự quan tâm ngày càng lớn đối với phát triển bền vững ép buộc doanh nghiệp phải thích nghi và tích hợp những giải pháp thân thiện với môi trường. Thêm vào đó, làn sóng toàn cầu hóa mở ra cánh cửa giao thương quốc tế, nhưng cũng tạo ra cạnh tranh gay gắt hơn. Biến động nhân khẩu, như tốc độ già hóa dân số hay di cư quốc tế, cũng đang tác động mạnh mẽ đến các chiến lược nhân sự và phát triển thị trường. Cuối cùng, hành vi người tiêu dùng thay đổi không ngừng, khi họ trở nên thông thái hơn, yêu cầu cao hơn và thích nghi nhanh với những xu hướng mới. Trước những thay đổi đó, doanh nghiệp cần nhanh chóng nắm bắt cơ hội, tìm ra giải pháp sáng tạo để duy trì lợi thế cạnh tranh.

2. Xu hướng mới tác động đến môi trường kinh doanh

2.1. Chuyển đổi số và tự động hóa

Trong thập kỷ qua, chuyển đổi số đã trở thành một trong những động lực quan trọng định hình môi trường kinh doanh toàn cầu. Theo báo cáo "Digital Transformation Index 2023" của Dell Technologies, có tới 89% doanh nghiệp trên toàn thế giới đã áp dụng hoặc lên kế hoạch áp dụng các công nghệ số nhằm tăng cường năng suất và cải thiện hiệu quả hoạt động. Điển hình là việc sử dụng trí tuệ nhân tạo (AI) và Internet vạn vật (IoT) giúp tối ưu hóa chuỗi cung ứng và tự động hóa các quy trình sản xuất. Nghiên cứu "The State of AI in 2022" của McKinsey vào năm 2022 cho thấy, các doanh nghiệp đầu tư mạnh vào chuyển đổi số có thể tăng năng suất lên đến 40% so với những doanh nghiệp chậm thích nghi. Chẳng hạn, Amazon đã triển khai hệ thống robot Kiva trong các kho hàng của mình, giảm thời gian xử lý đơn hàng từ 60 phút xuống còn 15 phút. Rõ ràng, chuyển đổi số không

chỉ tạo ra lợi thế cạnh tranh mà còn là yếu tố sống còn trong việc thúc đẩy sự đổi mới và phát triển bền vững cho doanh nghiệp.

2.2. Phát triển bền vững và trách nhiệm xã hội

Bên cạnh chuyển đổi số, phát triển bền vững và trách nhiệm xã hội ngày càng được doanh nghiệp quan tâm như một phần cốt lõi trong chiến lược kinh doanh. Theo báo cáo "Global Sustainability Study 2022" của Simon-Kucher & Partners, khoảng 85% người tiêu dùng trên toàn cầu sẵn sàng trả giá cao hơn cho những sản phẩm thân thiện với môi trường. Cụ thể, Unilever đã ghi nhận mức tăng trưởng doanh thu lên đến 70% cho các dòng sản phẩm "Sustainable Living" trong giai đoạn 2019-2022. Hơn nữa, các chính sách về môi trường như Thỏa thuận Paris và những quy định nghiêm ngặt về giảm phát thải buộc doanh nghiệp phải thay đổi cách thức vận hành. Việc chuyển sang sử dụng năng lượng tái tạo, giảm rác thải nhựa và áp dụng mô hình kinh tế tuần hoàn không chỉ là cách giảm thiểu tác động tiêu cực tới môi trường mà còn giúp doanh nghiệp xây dựng hình ảnh tích cực và tạo dựng lòng tin với khách hàng.

2.3. Toàn cầu hóa và cạnh tranh quốc tế

Toàn cầu hóa mở ra nhiều cơ hội kinh doanh nhưng đồng thời cũng làm gia tăng sự cạnh tranh khốc liệt trên thị trường quốc tế. Theo báo cáo "World Investment Report 2023" của UNCTAD, đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) toàn cầu đã tăng 15% trong năm qua, phản ánh sự mở rộng của các doanh nghiệp ra thị trường nước ngoài. Điển hình là sự cạnh tranh giữa các tập đoàn công nghệ lớn như Apple, Samsung và Huawei trong việc giành thị phần trên quy mô toàn cầu. Ngoài ra, khảo sát CEO Toàn cầu thường niên lần thứ 25 của PwC vào năm 2022 cho thấy, 75% các CEO tin rằng việc đa dạng hóa chuỗi cung ứng toàn cầu sẽ là yếu tố quyết định thành công trong bối cảnh biến động địa chính trị và kinh tế hiện nay. Những doanh nghiệp tận dụng tốt các lợi thế từ toàn cầu hóa, chẳng hạn như cắt giảm chi phí thông qua sản xuất ở các quốc gia có chi phí lao động thấp hoặc tận dụng thị trường rộng lớn hơn, sẽ có cơ hội bứt phá mạnh mẽ. Tuy nhiên, họ cũng phải đối mặt với những thách thức từ các rào cản thương mại, quy định pháp lý khắt khe, và áp lực cạnh tranh ngày càng gay gắt.

2.4. Biến động nhân khẩu và lực lượng lao động

Biến động nhân khẩu học đang tạo ra những thay đổi sâu sắc đối với lực lượng lao động và môi trường kinh doanh toàn cầu. Theo báo cáo "World Population Prospects 2022" của Liên Hợp quốc, đến năm 2050, tỷ lệ dân số trên 60 tuổi dự kiến sẽ chiếm khoảng 22% tổng dân số toàn cầu. Sự già hóa dân số không chỉ đặt ra thách thức về duy trì lực lượng lao động, mà còn đòi hỏi các doanh nghiệp phải thích ứng với nhu cầu của nhóm khách hàng lớn tuổi. Đồng thời, xu hướng gia tăng lực lượng lao động trẻ ở các thị trường mới nổi như Đông Nam Á và châu Phi mở ra nhiều cơ hội khai thác nhân tài và mở rộng thị trường. Theo khảo sát "Future of Jobs Report 2023" của Diễn đàn Kinh tế Thế giới, 50% doanh nghiệp cho rằng việc nâng cao kỹ năng số cho nhân viên là ưu tiên hàng đầu nhằm thích ứng với sự thay đổi này. Ví dụ, Google đã triển khai chương trình đào tạo kỹ năng số "Grow with Google", giúp hơn 8 triệu người trên toàn thế giới cải thiện kỹ năng số từ năm 2017 đến năm 2022. Như vậy, những biến động về nhân khẩu học không chỉ tác động đến cấu trúc lực lượng lao động, mà còn ảnh hưởng đến cách doanh nghiệp xây dựng chiến lược phát triển và thích nghi.

2.5. Sự thay đổi trong hành vi người tiêu dùng

Hành vi người tiêu dùng đang thay đổi nhanh chóng dưới tác động của công nghệ và các yếu tố xã hội. Theo báo cáo "Global Consumer Insights Survey 2023" của PwC, 73% người tiêu dùng cho biết họ ưu tiên các sản phẩm và dịch vụ mang lại sự tiện lợi và trải nghiệm cá nhân hóa. Sự gia tăng của thương mại điện tử và phương thức thanh toán không dùng tiền mặt là những biểu hiện rõ nét của xu hướng này. Nghiên cứu "Digital 2023" của We Are Social và Hootsuite cho thấy, số lượng người dùng Internet toàn cầu đã đạt 5,16 tỷ người từ đầu năm 2023, chiếm 64,4% dân số thế giới, tạo ra một thị trường trực tuyến khổng lồ cho các doanh nghiệp khai thác. Ví dụ, Starbucks đã thành công trong việc áp dụng ứng dụng di động cho phép khách hàng đặt hàng và thanh toán trước, giúp giảm thời gian chờ đợi và nâng cao trải nghiệm khách hàng. Đồng thời, nhu cầu về tính minh bạch và tính bền vững trong sản phẩm ngày càng cao, buộc các

doanh nghiệp phải điều chỉnh chiến lược tiếp thị và sản phẩm để đáp ứng mong đợi mới từ người tiêu dùng. Nhìn chung, những thay đổi trong hành vi người tiêu dùng không chỉ thúc đẩy sự phát triển của các kênh bán hàng trực tuyến, mà còn yêu cầu các doanh nghiệp phải không ngừng đổi mới và cải thiện trải nghiệm khách hàng.

3. Thách thức và giải pháp khi tận dụng xu hướng mới nhằm thay đổi môi trường kinh doanh

Trước sự thay đổi mạnh mẽ của môi trường kinh doanh, các doanh nghiệp không chỉ đứng trước những cơ hội lớn, mà còn phải đối mặt với nhiều thách thức phức tạp. Một trong những thách thức hàng đầu là tốc độ chuyển đổi số diễn ra quá nhanh, khiến nhiều doanh nghiệp, đặc biệt là các doanh nghiệp nhỏ và vừa, gặp khó khăn trong việc theo kịp. Theo báo cáo "State of Digital Transformation 2022" của Altimeter, 74% doanh nghiệp toàn cầu đã tăng cường đầu tư vào công nghệ số nhằm cải thiện quy trình hoạt động và nâng cao trải nghiệm khách hàng. Tuy nhiên, việc thiếu hụt nhân lực có kỹ năng số và chi phí đầu tư lớn là rào cản lớn cho việc áp dụng các công nghệ mới như trí tuệ nhân tạo (AI), dữ liệu lớn (Big Data) và điện toán đám mây.

Một thách thức khác là áp lực về phát triển bền vững. Theo nghiên cứu "Sustainability Report 2022" của McKinsey, 63% doanh nghiệp cho biết họ đã áp dụng các sáng kiến giảm phát thải carbon và sử dụng năng lượng tái tạo. Tuy nhiên, việc tích hợp các giải pháp bền vững vào hoạt động kinh doanh thường đòi hỏi nguồn vốn lớn và thay đổi cấu trúc vận hành. Ví dụ, Tập đoàn Unilever đã cam kết giảm một nửa lượng khí thải carbon từ sản xuất vào năm 2030, nhưng điều này đòi hỏi sự hợp tác chặt chẽ từ các nhà cung cấp và khách hàng để đảm bảo chuỗi cung ứng xanh.

Biến động nhân khẩu cũng tạo ra những thách thức không nhỏ. Dân số già hóa ở các quốc gia phát triển dẫn đến tình trạng thiếu hụt lao động trẻ, trong khi ở các quốc gia đang phát triển, lực lượng lao động trẻ dồi dào lại thiếu kỹ năng phù hợp với yêu cầu mới của thị trường. Theo "Future of Work Report 2023" của Deloitte, 60% doanh nghiệp đang đầu tư mạnh vào đào tạo lại kỹ năng cho nhân viên nhằm thích ứng với yêu cầu công việc mới. Ví dụ,

Amazon đã triển khai chương trình "Upskilling 2025", cam kết chi 700 triệu USD để đào tạo lại 100.000 nhân viên, giúp họ chuyển đổi sang các vai trò liên quan đến công nghệ.

Bên cạnh đó, sự thay đổi trong hành vi tiêu dùng cũng đặt ra những yêu cầu mới cho doanh nghiệp. Theo báo cáo "Global Consumer Insights Survey 2023" của PwC, 73% người tiêu dùng ưu tiên các sản phẩm và dịch vụ mang lại sự tiện lợi và trải nghiệm cá nhân hóa. Điều này buộc doanh nghiệp phải không ngừng đổi mới, áp dụng công nghệ để phân tích hành vi khách hàng và điều chỉnh chiến lược sản phẩm cho phù hợp. Ví dụ, Starbucks đã thành công trong việc áp dụng ứng dụng di động cho phép khách hàng đặt hàng và thanh toán trước, giúp giảm thời gian chờ đợi và nâng cao trải nghiệm khách hàng.

Để vượt qua những thách thức này, các doanh nghiệp cần thực hiện một số giải pháp quan trọng.

Thứ nhất, việc đầu tư vào chuyển đổi số không thể chỉ dừng lại ở việc áp dụng công nghệ, mà còn cần xây dựng văn hóa số trong doanh nghiệp, nơi mọi nhân viên đều được trang bị kiến thức và kỹ năng về công nghệ. Đồng thời, doanh nghiệp cần tìm kiếm các mô hình hợp tác công - tư để chia sẻ chi phí và rủi ro trong quá trình chuyển đổi.

Thứ hai, để đảm bảo phát triển bền vững, doanh nghiệp cần đặt ra các mục tiêu giảm thiểu tác động môi trường rõ ràng và có lộ trình thực hiện cụ thể. Việc áp dụng các công nghệ xanh, tối ưu hóa chuỗi cung ứng và xây dựng quan hệ đối tác với các tổ chức môi trường sẽ giúp doanh nghiệp đạt được mục tiêu này một cách bền vững.

Thứ ba, việc xây dựng chiến lược kinh doanh linh hoạt và nhạy bén với thị trường là yếu tố then chốt giúp doanh nghiệp phát triển bền vững trong bối cảnh toàn cầu hóa. Điều này đòi hỏi các doanh nghiệp cần liên tục cập nhật xu hướng, đổi mới sản phẩm và dịch vụ, đồng thời thiết lập quy trình ra quyết định linh hoạt để ứng phó kịp thời với những thay đổi trong môi trường kinh doanh.

Nhìn chung, việc áp dụng những giải pháp này không chỉ giúp doanh nghiệp khai thác hiệu quả các cơ hội mà những xu hướng mới mang lại mà còn tạo ra nền tảng vững chắc cho sự phát triển lâu dài và bền vững ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

Dell Technologies (2023), báo cáo "Digital Transformation Index 2023".

McKinsey (2022), nghiên cứu "The State of AI in 2022".

Simon-Kucher & Partners (2022), "Global Sustainability Study 2022".

UNCTAD (2023), báo cáo "World Investment Report 2023".

PwC (2022), khảo sát "CEO Toàn cầu thường niên lần thứ 25".

Liên Hợp quốc (2022), báo cáo "World Population Prospects 2022".

Diễn đàn Kinh tế Thế giới (2023), khảo sát "Future of Jobs Report 2023".

PwC (2023), báo cáo "Global Consumer Insights Survey 2023".

We Are Social và Hootsuite (2023), nghiên cứu "Digital 2023".

Altimeter (2022), báo cáo "State of Digital Transformation 2022".

Deloitte (2023), báo cáo "Future of Work Report 2023".

Ngày nhận bài: 20/1/2025

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 4/2/2025

Ngày chấp nhận đăng bài: 22/2/2025

NEW TRENDS RESHAPING THE BUSINESS ENVIRONMENT

● **BUI LE GIANG**

Faculty of Economics,
Academy of Public Administration and Governance

ABSTRACT:

This study examines key transformative trends reshaping today's business environment, including digital transformation, environmental sustainability, globalization, demographic shifts, and evolving consumer behavior. These dynamics present both significant challenges and new opportunities for enterprises. The study analyzes the implications of each trend and proposes strategic solutions to help businesses effectively navigate disruptions and capitalize on emerging opportunities.

Keywords: business trends, digital transformation, sustainability, globalization, consumer behavior, demographics.