

Đại dịch COVID-19 thúc đẩy quá trình số hóa tại các công ty châu Á

***Số hóa không còn là một lựa chọn, mà là “bắt buộc”**
Các doanh nghiệp châu Á tin rằng họ sẽ có lợi nếu hiểu nhà cung ứng của nhà cung ứng của mình*

Đại dịch COVID-19 đã buộc các công ty châu Á phô bày khả năng phục hồi của doanh nghiệp theo cách chưa từng có. Cụ thể hơn, nó đã nhấn mạnh tầm quan trọng của quá trình số hóa. Đây là kết quả khảo sát [HSBC Navigator, Hồi phục trở lại](#), được thực hiện với hơn 1.400 công ty, vừa được công bố hôm nay.

Đại dịch toàn cầu cũng buộc các doanh nghiệp phải xem lại làm sao có thể tăng tính minh bạch và khả năng truy xuất của chuỗi cung ứng. COVID-19 đã phô bày những mắt xích yếu ớt trong chuỗi cung ứng. Đồng thời, trong quản lý hàng hóa, các doanh nghiệp đang chuyển từ mô hình sản xuất tức thời (just-in-time) sang mô hình sản xuất đề phòng rủi ro (just-in-case).

Dịch bệnh này đang đẩy thế giới đến cuộc khủng hoảng toàn cầu tồi tệ nhất kể từ Cuộc Đại Suy Thoái. Trong tháng Tư và tháng Năm, khảo sát HSBC Navigator đã được thực hiện với hơn 1.400 công ty từ bảy nền kinh tế lớn tại châu Á. Kết quả khảo sát tiết lộ các công ty châu Á cảm thấy họ đã được chuẩn bị sẵn sàng để có thể đương đầu những thách thức trong nửa đầu năm 2020. Hơn một nửa các doanh nghiệp tại châu Á cho hay họ đã được chuẩn bị nhiều nhất có thể, con số này cao hơn nhiều so với các công ty ở những khu vực khác trên thế giới. Mức độ chuẩn bị cao hơn sẽ đem lại lợi thế cho các công ty châu Á khi thế giới thoát khỏi cơn khủng hoảng sức khỏe cộng đồng này.

Các công ty cảm thấy đã được chuẩn bị như thế nào?

	Châu Á	Các khu vực khác trên thế giới
Được chuẩn bị nhiều nhất có thể	55%	38%

Tiến đến số hóa

Về hình thức làm việc trong tương lai, so với các khu vực khác, châu Á có xu hướng tin rằng số hóa quy trình thương mại và thanh toán sẽ trở nên thông dụng trong một đến hai năm nữa. Trong lĩnh vực này, HSBC đã đi tiên phong trong việc ứng dụng công nghệ, tiêu biểu như ứng dụng công nghệ chuỗi khối (blockchain) và giao diện lập trình ứng dụng (API) trong số hóa quy trình thương mại và thanh toán.

Ưu tiên phát triển trong một đến hai năm tới:

	Châu Á	Các khu vực khác trên thế giới
Số hóa quy trình thương mại	40%	22%
Số hóa quy trình thanh toán	38%	25%

Tổng Giám đốc HSBC Việt Nam Tim Evans nhận định: “Dịch COVID-19 đã đẩy các doanh nghiệp vào cuộc khủng hoảng chưa từng có, tuy nhiên, trong thời kì khó khăn này, ngày càng rõ ràng là công nghệ chính là giải pháp tối ưu để giúp các doanh nghiệp, và cả nền kinh tế, sống sót trong suốt thời gian kéo dài giãn cách xã hội. Những công ty nào đã đầu tư và xây dựng chiến lược số hóa từ trước chính là những nơi được thiết lập để có thể nhận diện thách thức thực tế, thích ứng và phát triển trong thế giới biến đổi một cách đáng kể như hiện nay. Chúng ta đang chứng kiến các công ty ở Việt Nam khai thác sức mạnh của công nghệ để đáp ứng kịp thời.”

Đánh giá lại chuỗi cung ứng

Bên cạnh việc cho thấy rõ những lợi ích của số hóa, dịch COVID-19 đã soi chiếu đến những điểm yếu trong chuỗi cung ứng của doanh nghiệp. Theo kết quả khảo sát Navigator, 54% các doanh nghiệp châu Á nói rằng họ sẽ tăng tính minh bạch và khả năng truy xuất trong chuỗi cung ứng của mình. Trong khi đó, hơn một phần ba các công ty châu Á sẽ đánh giá lại các đối tác cung ứng nhằm đảm bảo họ có đủ khả năng đương đầu những thách thức trong tương lai.

Thay đổi trong chuỗi cung ứng:

	Châu Á	Các khu vực khác trên thế giới
Tăng tính minh bạch và khả năng truy xuất	54%	22%
Đánh giá lại các đối tác cung ứng	37%	25%

Tim nhận xét: “Ở Việt Nam, Hiệp định Thương mại Tự do Việt Nam – EU vừa được phê chuẩn tháng 6/2020 đã nâng tầm quan trọng của việc Việt Nam phải thiết kế lại chuỗi cung ứng để thỏa mãn những quy định từ EU và tận dụng hết cơ hội mà Hiệp định thương mại này đem lại. Đồng thời, dịch COVID-19 là lời cảnh báo cho các doanh nghiệp, buộc họ phải đa dạng hóa chuỗi cung ứng của mình để tránh rủi ro tập trung khi phụ thuộc vào một thị trường cụ thể. Chúng ta đang nhìn thấy xu hướng các công ty đang giám sát chặt chẽ chuỗi cung ứng nhằm đảm bảo hoạt động của mình bền bỉ hơn và ít chịu ảnh hưởng từ những tác động bên ngoài.”

Khả năng phục hồi – và rào cản cho sự hồi phục

Khi được yêu cầu mô tả một doanh nghiệp với tố chất bền bỉ, các công ty châu Á nghĩ đến ba yếu tố hàng đầu, đó là khả năng quyết định và tiến hành nhanh nhẹn, lấy khách hàng làm trọng tâm, và hoạt động một cách bền vững. Trong khi đó, khi được yêu cầu nêu những rào cản hàng đầu đối với sự hồi phục, các doanh nghiệp châu Á đưa ra các yếu tố tài chính như có đủ dòng tiền và quản lý chi phí vốn lưu động.

Tim kết luận: “Nhờ thực hiện những biện pháp kiểm soát dịch hiệu quả cho tới nay và việc dần mở cửa trở lại một cách thận trọng, Việt Nam ngày càng trở thành một điểm đến kinh doanh hấp dẫn. Đây là thời điểm chín muồi để các doanh nghiệp Việt nắm bắt tình hình, xử lý nhược điểm của mình và bắt đầu xem xét đến việc tổ chức doanh nghiệp làm sao để tận dụng mọi cơ hội có được. Với năng lực kỹ thuật số phù hợp, các doanh nghiệp Việt có thể giúp đất nước tăng tốc trở lại, đạt mức tăng trưởng lịch sử.”

Ends/more

Thông tin báo chí vui lòng liên hệ:

Mạch Nguyễn Phương Uyên

+028 35206205

uyen.n.p.mach@hsbc.com.vn**Ghi chú cho Ban Biên Tập:****Khảo sát HSBC Navigator**

HSBC Navigator là khảo sát do Kantar thay mặt HSBC thực hiện. Kết quả được tổng hợp từ câu trả lời của những lãnh đạo của 2.604 doanh nghiệp, bao gồm từ các công ty vừa và nhỏ cho đến các tập đoàn lớn, thuộc nhiều lĩnh vực hoạt động khác nhau. Đối tượng tham gia khảo sát là những người có ảnh hưởng đối với định hướng chiến lược của doanh nghiệp và đại diện cho các bộ phận khác nhau: gồm có giám đốc điều hành cấp cao, tài chính, bộ phận thu mua, quản lý chuỗi cung ứng, kinh doanh và marketing. Tất cả 14 thị trường được khảo sát từ 28/4 đến 12/5/2020.

- Châu Mỹ: Canada, Mexico, Mỹ
- Châu Á: Úc, Hồng Kông, Ấn Độ, Indonesia, Trung Quốc đại lục, Malaysia, Singapore
- Châu Âu: Pháp, Đức, Anh
- Trung Đông và Bắc Phi: Các Tiểu vương quốc Ả Rập Thống nhất

Kết quả được xem xét để đại diện cho khối lượng thương mại quốc tế của mỗi thị trường (dữ liệu của năm 2017 – 2018 từ Tổ chức Thương mại Thế giới)

Khối Dịch vụ tài chính doanh nghiệp HSBC

Với hơn 150 năm hoạt động, chúng tôi có mặt tại những thị trường tăng trưởng, kết nối khách hàng với các cơ hội. Ngày nay, Khối Dịch vụ tài chính doanh nghiệp của HSBC phục vụ khoảng 1,4 triệu khách hàng doanh nghiệp tại 53 thị trường, từ các doanh nghiệp nhỏ chủ yếu hoạt động tại các thị trường nội địa đến các doanh nghiệp lớn có hoạt động giao thương quốc tế. Cho dù đó là các dịch vụ về vốn lưu động, các khoản vay kỳ hạn, tài trợ thương mại hay các giải pháp thanh toán và quản lý tiền tệ, chúng tôi đều cung cấp các công cụ và kiến thức chuyên sâu cần thiết để giúp các doanh nghiệp phát triển. Là Khối kinh doanh nền tảng của Tập đoàn HSBC, chúng tôi mở ra cho các doanh nghiệp khả năng tiếp cận mạng lưới hoạt động rộng khắp tại các thị trường nắm giữ hơn 90% giá trị vốn và thương mại toàn cầu.

Để biết thêm thông tin chi tiết, vui lòng truy cập website HSBC: <https://www.hsbc.com/who-we-are/our-businesses-and-customers/commercial-banking>

Ngân hàng TNHH một thành viên HSBC (Việt Nam)

Ngân hàng HSBC có mặt tại Việt Nam 150 năm. Ngân hàng mở văn phòng đầu tiên ở Sài Gòn (nay là Thành phố Hồ Chí Minh) vào năm 1870. Tháng 1 năm 2009, HSBC là ngân hàng nước ngoài đầu tiên thành lập ngân hàng 100% vốn nước ngoài với tên gọi Ngân hàng TNHH một thành viên HSBC (Việt Nam). Hiện tại, mạng lưới hoạt động của ngân hàng bao gồm hai chi nhánh và năm phòng giao dịch tại TP. Hồ Chí Minh, một chi nhánh và bốn phòng giao dịch tại Hà Nội, hai chi nhánh tại Bình Dương và Đà Nẵng. HSBC hiện là một trong những ngân hàng nước ngoài lớn nhất tại Việt Nam xét về vốn, cơ cấu sản phẩm, và số lượng khách hàng.

Hết