VCCI

VNPT

Chủ biên: TS. LƯƠNG MINH HUÂN

CHUYỂN ĐỔI SỐ:
GIẢI PHÁP GIÚP DOANH NGHIỆP VƯỢT QUA ĐẠI DỊCH COVID-19 VÀ PHÁT TRIỂN

NHÀ XUẤT BẢN THÔNG TIN VÀ TRUYỀN THÔNG

Chủ biên

TS. Lương Minh Huân - Viện Phát triển doanh nghiệp

Thành viên Ban biên soạn

PGS.TS. Phạm Thị Huyền - Đại học Kinh tế Quốc dân

TS. Lê Thị Anh - Đại học Kinh tế Quốc dân

Phạm Phương Nhi - Viện Phát triển doanh nghiệp

Bùi Việt Dũng - Viện Phát triển doanh nghiệp

Các nhận định và mọi ý kiến đánh giá trình bày trong cuốn sách là của ban biên soạn, không nhất thiết đại diện cho quan điểm của Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam, Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam hay những cá nhân hoặc tổ chức chúng tôi nêu tên.

MỤC LỤC

Danh mục bảng 4
Danh mục hình 5
Lời tựa 11
Mở đầu 13

Chương 1: TÁC ĐỘNG CỦA ĐẠI DỊCH COVID-19 ĐẾN DOANH NGHIỆP 17
1.1. Tác động của Covid-19 đến hoạt động kinh doanh chung của doanh nghiệp 18
1.2. Tác động của Covid-19 đến hoạt động sản xuất của doanh nghiệp 22
1.3. Tác động của Covid-19 đối với hoạt động bán hàng của doanh nghiệp 26
1.4. Tác động của Covid-19 đến doanh thu của doanh nghiệp 30

Chương 2: CHUYỂN ĐỔI SỐ CỦA DOANH NGHIỆP TRONG BỐI CẢNH COVID-19 37
2.1. Quan điểm và nhận thức của doanh nghiệp đối với công nghệ số 38
2.2. Thực trạng ứng dụng công cụ kỹ thuật số trong doanh nghiệp tại Việt Nam 43
2.3. Kỳ vọng của các doanh nghiệp vào công cụ kỹ thuật số 59
2.4. Rào cản của doanh nghiệp trong áp dụng công nghệ số 62
2.5. Năng lực chuyển đổi số của doanh nghiệp 66

Chương 3: TRIỂN VỌNG KINH DOANH VÀ GIẢI PHÁP THÚC ĐẨY CHUYỂN ĐỔI SỐ DOANH NGHIỆP 89
3.1. Kế hoạch kinh doanh của doanh nghiệp 6 tháng cuối năm 2020 90
3.2. Nội dung ưu tiên của các doanh nghiệp trong bối cảnh Covid-19 93
3.3. Đề xuất của doanh nghiệp để tạo điều kiện cho việc sử dụng công nghệ số 95

KẾT LUẬN 97

DANH MỤC BẢNG

Bảng 2.1. Ứng dụng công nghệ số trong doanh nghiệp Việt Nam 44
Bảng 2.2. Năng lực chuyển đổi số của doanh nghiệp trước Covid-19 theo quy mô 70
Bảng 2.3. Năng lực chuyển đổi số của doanh nghiệp trước Covid-19 theo lĩnh vực kinh doanh 73
Bảng 2.4. Năng lực chuyển đổi số của doanh nghiệp trước Covid-19 theo loại hình doanh nghiệp 76
Bảng 2.5. Năng lực chuyển đổi số hiện nay của doanh nghiệp theo quy mô 80
Bảng 2.6. Năng lực chuyển đổi số hiện nay của doanh nghiệp theo lĩnh vực kinh doanh 82
Bảng 2.7. Năng lực chuyển đổi số hiện nay của doanh nghiệp theo khu vực doanh nghiệp 85

DANH MỤC HÌNH

Hình 1.1. Tác động của Covid-19 đến hoạt động kinh doanh chung 19

Hình 1.2. Tác động của Covid-19 tới hoạt động kinh doanh chung của các nhóm doanh nghiệp phân theo loại hình doanh nghiệp 20

Hình 1.3. Tác động của Covid-19 tới hoạt động kinh doanh chung của các nhóm doanh nghiệp phân theo quy mô doanh nghiệp 21

Hình 1.4. Tác động của Covid-19 tới hoạt động kinh doanh chung của các nhóm doanh nghiệp phân theo lĩnh vực hoạt động 22

Hình 1.5. Tác động của Covid-19 tới hoạt động sản xuất của các doanh nghiệp 23

Hình 1.6. Tác động của Covid-19 tới hoạt động sản xuất của các nhóm doanh nghiệp phân theo loại hình doanh nghiệp 23

Hình 1.7. Tác động của Covid-19 tới hoạt động sản xuất của các nhóm doanh nghiệp phân theo quy mô doanh nghiệp 25

Hình 1.8. Tác động của Covid-19 tới hoạt động sản xuất của các nhóm doanh nghiệp phân theo hoạt động xuất nhập khẩu 26

Hình 1.9. Tác động của Covid-19 tới hoạt động bán hàng của doanh nghiệp 27

Hình 1.10. Tác động của Covid-19 tới hoạt động bán hàng của các nhóm doanh nghiệp phân theo loại hình doanh nghiệp 28

Hình 1.11. Tác động của Covid-19 tới hoạt động bán hàng của các nhóm doanh nghiệp phân theo quy mô doanh nghiệp 29

Hình 1.12. Tác động của Covid-19 tới hoạt động bán hàng của các nhóm doanh nghiệp phân theo lĩnh vực hoạt động 29

Hình 1.13. Tác động của Covid-19 đến doanh thu của doanh nghiệp 30

Hình 1.14. Tác động của Covid-19 tới doanh thu của các nhóm doanh nghiệp phân theo loại hình doanh nghiệp 31

Hình 1.15. Tác động của Covid-19 tới doanh thu của các nhóm doanh nghiệp phân theo quy mô doanh nghiệp 32
Hình 1.16. Tác động của Covid-19 tới doanh thu của các nhóm doanh nghiệp phân theo lĩnh vực hoạt động 33
Hình 2.1. Quan điểm và nhận thức của doanh nghiệp đối với công nghệ số 39
Hình 2.2. Quan điểm và nhận thức của doanh nghiệp đối với công nghệ số - Sự khác biệt giữa các doanh nghiệp theo quy mô 40
Hình 2.3. Quan điểm và nhận thức của doanh nghiệp đối với công nghệ số - sự khác biệt giữa các doanh nghiệp theo lĩnh vực 41
Hình 2.4. Quan điểm và nhận thức của doanh nghiệp đối với công nghệ số - sự khác biệt giữa các doanh nghiệp theo loại hình doanh nghiệp 43
Hình 2.5. Thực trạng ứng dụng công cụ kỹ thuật số của doanh nghiệp trong quản trị nội bộ 46
Hình 2.6. Thực trạng ứng dụng công cụ kỹ thuật số trong quản trị nội bộ của doanh nghiệp nhỏ và vừa 46
Hình 2.7. Thực trạng ứng dụng công cụ kỹ thuật số trong quản trị nội bộ của doanh nghiệp lớn 47
Hình 2.8. Thực trạng ứng dụng công cụ kỹ thuật số của doanh nghiệp trong mua hàng 48
Hình 2.9. Thực trạng ứng dụng công cụ kỹ thuật số của doanh nghiệp nhỏ và vừa trong mua hàng 49
Hình 2.10. Thực trạng ứng dụng công cụ kỹ thuật số của doanh nghiệp lớn trong mua hàng 51
Hình 2.11. Thực trạng ứng dụng công cụ kỹ thuật số của doanh nghiệp trong hoạt động logistic 50
Hình 2.12. Thực trạng ứng dụng công cụ kỹ thuật số của doanh nghiệp nhỏ và vừa trong hoạt động logistic 51
Hình 2.13. Thực trạng ứng dụng công cụ kỹ thuật số của doanh nghiệp lớn trong hoạt động logistic 52
Hình 2.14. Thực trạng ứng dụng công cụ kỹ thuật số của doanh nghiệp trong sản xuất 53

Hình 2.15. Thực trạng ứng dụng công cụ kỹ thuật số của doanh nghiệp nhỏ và vừa trong sản xuất 54
Hình 2.16. Thực trạng ứng dụng công cụ kỹ thuật số của doanh nghiệp lớn trong sản xuất 55
Hình 2.17. Thực trạng ứng dụng công cụ kỹ thuật số của doanh nghiệp trong hoạt động marketing 56
Hình 2.18. Thực trạng ứng dụng công cụ kỹ thuật số của doanh nghiệp nhỏ và vừa trong hoạt động marketing 56
Hình 2.19. Thực trạng ứng dụng công cụ kỹ thuật số của doanh nghiệp lớn trong hoạt động marketing 57
Hình 2.20. Thực trạng ứng dụng công cụ kỹ thuật số của doanh nghiệp trong hoạt động bán hàng 58
Hình 2.21. Thực trạng ứng dụng công cụ kỹ thuật số của doanh nghiệp nhỏ và vừa trong hoạt động bán hàng 58
Hình 2.22. Thực trạng ứng dụng công cụ kỹ thuật số của doanh nghiệp lớn trong hoạt động bán hàng 59
Hình 2.23. Kỳ vọng của doanh nghiệp trong ứng dụng công nghệ số 60
Hình 2.24. Kỳ vọng của doanh nghiệp trong ứng dụng công nghệ số theo quy mô 61
Hình 2.25. Kỳ vọng của doanh nghiệp trong ứng dụng công nghệ số theo lĩnh vực 62
Hình 2.26. Rào cản của doanh nghiệp trong ứng dụng công nghệ số 64
Hình 2.27. Rào cản của doanh nghiệp trong ứng dụng công nghệ số theo quy mô 65
Hình 2.28. Rào cản của doanh nghiệp trong ứng dụng công nghệ số theo lĩnh vực 66
Hình 2.29. Năng lực chuyển đổi số của doanh nghiệp trước Covid-19 68
Hình 2.30. Trung bình năng lực chuyển đổi số trước Covid-19 theo quy mô 69
Hình 2.31. Trung bình năng lực chuyển đổi số trước Covid-19 theo lĩnh vực 72
Hình 2.32. Trung bình năng lực chuyển đổi số trước Covid-19 theo loại hình 75
Hình 2.33. Năng lực chuyển đổi số của doanh nghiệp hiện nay 77
Hình 2.34. Trung bình năng lực chuyển đổi số của doanh nghiệp hiện nay so sánh theo quy mô doanh nghiệp 78

Hình 2.35. Năng lực chuyển đổi số của doanh nghiệp hiện nay theo lĩnh vực.....81
Hình 2.36. Năng lực chuyển đổi số của doanh nghiệp hiện nay theo loại hình 83
Hình 3.1. Kế hoạch kinh doanh của doanh nghiệp 6 tháng cuối năm 2020.....90
Hình 3.2. Tác động của Covid-19 tới kế hoạch kinh doanh
của các nhóm doanh nghiệp phân theo loại hình doanh nghiệp.....92
Hình 3.3. Tác động của Covid-19 tới kế hoạch kinh doanh
của các nhóm doanh nghiệp phân theo quy mô doanh nghiệp.....92
Hình 3.4. Tác động của Covid-19 tới kế hoạch kinh doanh
của các nhóm doanh nghiệp phân theo lĩnh vực hoạt động.....93
Hình 3.5. Nội dung ưu tiên trong giai đoạn hiện nay của doanh nghiệp 94
Hình 3.6. Đề xuất của doanh nghiệp để tạo điều kiện cho việc sử dụng công nghệ số...96

ASEAN
VIET NAM 2020
ASEAN BAC 2020 Legacy Project - Digital STARS

Dự án di sản Mạng lưới khởi nghiệp công nghệ số ASEAN - Digital STARS là sáng kiến của Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) và Hội đồng Tư vấn kinh doanh ASEAN (ASEAN BAC) trong nhiệm kỳ Chủ tịch ASEAN BAC 2020, hướng tới việc tạo dựng một hệ sinh thái hỗ trợ doanh nghiệp khởi nghiệp công nghệ số trong ASEAN, qua đó thúc đẩy quá trình chuyển đổi số của doanh nghiệp trong khu vực.

Cùng với hoạt động nghiên cứu xây dựng báo cáo ***"Chuyển đổi số: Giải pháp giúp doanh nghiệp vượt qua đại dịch Covid-19 và phát triển"***, trong khuôn khổ dự án di sản Digital STARS, VCCI đã phối hợp cùng Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam (VNPT) phát động ***Chương trình Công bố Danh bạ các giải pháp chuyển đổi số cho doanh nghiệp tại Việt Nam - Digital STARS Showcase 2020.***

Danh bạ Digital STARS Showcase sẽ tập hợp những giải pháp chuyển đổi số có tính ứng dụng cao, mang tính mới và sáng tạo nhằm giúp đỡ các doanh nghiệp, đặc biệt là các doanh nghiệp siêu nhỏ, nhỏ và vừa (MSME) tại Việt Nam nâng cấp mô hình kinh doanh, tích cực tham gia vào nền kinh tế số.

Được khởi động từ tháng 9 năm 2020, dưới sự bảo trợ của Bộ Thông tin và Truyền thông, Bộ Khoa học và Công nghệ và trong khuôn khổ hợp tác giữa VCCI, ASEAN BAC, VNPT, tới nay danh bạ đã có hơn 100 giải pháp tham dự, từ các công ty lớn đến các doanh nghiệp khởi nghiệp đầy tiềm năng.

Doanh nghiệp đăng ký tham dự hoàn toàn miễn phí tại Cổng thông tin Mạng lưới khởi nghiệp công nghệ số ASEAN (*www.digital-stars.vn*) để tham gia và quảng bá sản phẩm của mình tới khách hàng tiềm năng tại Việt Nam và trong khu vực.

LỜI TỰA

Đại dịch Covid-19 không chỉ mang lại những tác động tiêu cực đến sức khỏe của người dân và doanh nghiệp mà còn làm thay đổi thói quen của người tiêu dùng và phương thức kinh doanh của doanh nghiệp. Trong giai đoạn Covid-19, người dân đã trở nên phụ thuộc lớn vào không gian trực tuyến, như làm việc trực tuyến, học trực tuyến, mua hàng trực tuyến,... Về phía mình, do các biện pháp giãn cách phòng dịch, các doanh nghiệp cũng phải cho nhân viên làm việc từ xa, họp trực tuyến, marketing trực tuyến, tăng cường bán hàng trực tuyến… Chính vì vậy, Covid-19 ngoài những tác động tiêu cực đối với hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp, còn là một sức ép buộc các doanh nghiệp phải đẩy nhanh quá trình chuyển đổi số. Đây thực sự là thời điểm để doanh nghiệp nhận ra tính ưu việt của kinh tế số và yêu cầu cấp bách hơn nữa của quá trình chuyển đổi số. Chuyển đổi số sẽ giúp các doanh nghiệp Việt Nam, đặc biệt là doanh nghiệp nhỏ và vừa tìm kiếm một mô hình hoạt động kinh doanh linh hoạt hơn, vừa tiết giảm chi phí, vừa tối ưu nguồn lực để vượt qua khó khăn, phát triển cả trong thời đại dịch Covid-19 và sau đại dịch.

Mặc dù là lĩnh vực công nghệ, nhưng chuyển đổi số thành công hay thất bại lại không chủ yếu phụ thuộc nhiều vào công nghệ mà phụ thuộc chủ yếu vào quyết tâm chính trị và thể chế kinh tế quốc gia. Do đó, Chính phủ cần tạo ra một hệ thống thể chế kinh tế hiện đại, với các quy định pháp luật, có kỹ năng để tạo được hệ sinh thái cho thương mại điện tử, cho nền kinh tế số.

Trách nhiệm của doanh nghiệp là phải đổi mới mô hình kinh doanh, xác lập mô hình quản trị dựa trên công nghệ số, hướng tới các mục tiêu phát triển sáng tạo, bền vững, bao trùm. Những câu chuyện thành công về chuyển đổi số cho thấy, những người đi tiên phong trong chuyển đổi số là những người sẵn sàng thay đổi, sẵn sàng từ bỏ các mô hình kinh doanh truyền thống để thiết lập mô hình kinh doanh mới, sáng tạo lại các chuỗi cung ứng và quy trình ra quyết định, loại bỏ những công đoạn trung gian, rườm rà, hình thức. Đổi mới tổ chức trên nền tảng văn hoá sáng tạo sẽ là bước đi mở đường cho kinh tế số.

Để thúc đẩy quá trình chuyển đổi số, thực hiện chỉ đạo của Thủ tướng Chính phủ, VCCI đang phối hợp với các bộ, ngành, hiệp hội có liên quan thực hiện các chương trình hỗ trợ thúc đẩy chuyển đổi số cho doanh nghiệp. VCCI cũng đã chọn chủ đề "chuyển đổi số" cho các sự kiện quan trọng bậc nhất cho giới doanh nghiệp trong năm ASEAN 2020: Hội nghị Thượng đỉnh Kinh doanh và Đầu tư (ASEAN BIS) và Hội nghị Thượng đỉnh Kinh doanh Việt Nam (VBS) lấy các chủ đề "ASEAN số, bền vững và bao trùm" và "Việt Nam số hoá chủ động thích ứng và phát triển bền vững".

Chuyển đổi số là một hành trình gian nan, cần quyết tâm cao và cần lòng dũng cảm. Tôi muốn mượn mệnh lệnh của Đại tướng Võ Nguyên Giáp cho hành trình chuyển đổi số ở Việt Nam hiện nay là: "*Thần tốc, thần tốc hơn nữa. Táo bạo, táo bạo hơn nữa*". Chỉ bằng cách đó các doanh nghiệp Việt Nam mới có thể vượt lên. Kinh tế số sẽ là cơ hội để các doanh nghiệp Việt Nam định vị lại mình, đổi mới và sáng tạo trong nền kinh tế có nhiều biến động.

TS. VŨ TIẾN LỘC
Chủ tịch - Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam
Thành viên Ban lãnh đạo - Liên đoàn các Phòng Thương mại thế giới
Chủ tịch - Hội đồng Tư vấn kinh doanh châu Á - Thái Bình Dương của Việt Nam

MỞ ĐẦU

Chuyển đổi số tại Việt Nam trong thời gian qua đã đạt được nhiều thành tựu đáng kể xong bước nhảy vọt thực sự thì chưa có. Tuy nhiên, đại dịch Covid-19 bất ngờ xảy ra mang theo nhiều thay đổi trong nhận thức, giao dịch thương mại, kinh doanh... Đây được ví như là thời cơ, là cú huých trăm năm để doanh nghiệp nhận ra tính ưu việt của kinh tế số và yêu cầu cấp bách hơn nữa của quá trình chuyển đổi số.

Nhân dịp Việt Nam là chủ tịch ASEAN, để có cơ sở xây dựng các đề xuất kiến nghị lên lãnh đạo cấp cao ASEAN nhằm hỗ trợ doanh nghiệp ở Việt Nam nói riêng và các nước ASEAN nói chung, với tư cách là thành viên của Hội đồng Tư vấn kinh doanh ASEAN (ASEAN BAC), Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) tổ chức khảo sát đánh giá thực trạng chuyển đổi số của doanh nghiệp trong bối cảnh đại dịch Covid-19. Khảo sát được sự hỗ trợ kỹ thuật của JETRO (Tổ chức Xúc tiến thương mại Nhật Bản). Khảo sát không chỉ đánh giá tác động của đại dịch Covid-19 đến cộng đồng doanh nghiệp mà còn tập trung vào phân tích xu hướng ứng dụng chuyển đổi số để vượt qua khó khăn do đại dịch gây ra và phát triển trong giai đoạn "bình thường mới". Dựa trên kết quả khảo sát này, VCCI tổ chức xây dựng cuốn sách ***"Chuyển đổi số: Giải pháp giúp doanh nghiệp vượt qua đại dịch Covid-19 và phát triển***". Cuốn sách được sự hỗ trợ xuất bản bởi Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam (VNPT) trong khuôn khổ Chương trình hành động hỗ trợ chuyển đổi số trong cộng đồng doanh nghiệp Việt Nam.

Khảo sát được triển khai trong tháng 7 và tháng 8 năm 2020 theo hình thức khảo sát trực tiếp và khảo sát online với sự hỗ trợ của VNPT và Base.vn. Các đánh giá phản hồi của doanh nghiệp được dựa trên kết quả hoạt động trong 6 tháng đầu năm 2020, vì thế chưa bao gồm các tác động mới từ diễn biến giai đoạn 2 của đợt dịch Covid-19 diễn ra từ cuối tháng 7.

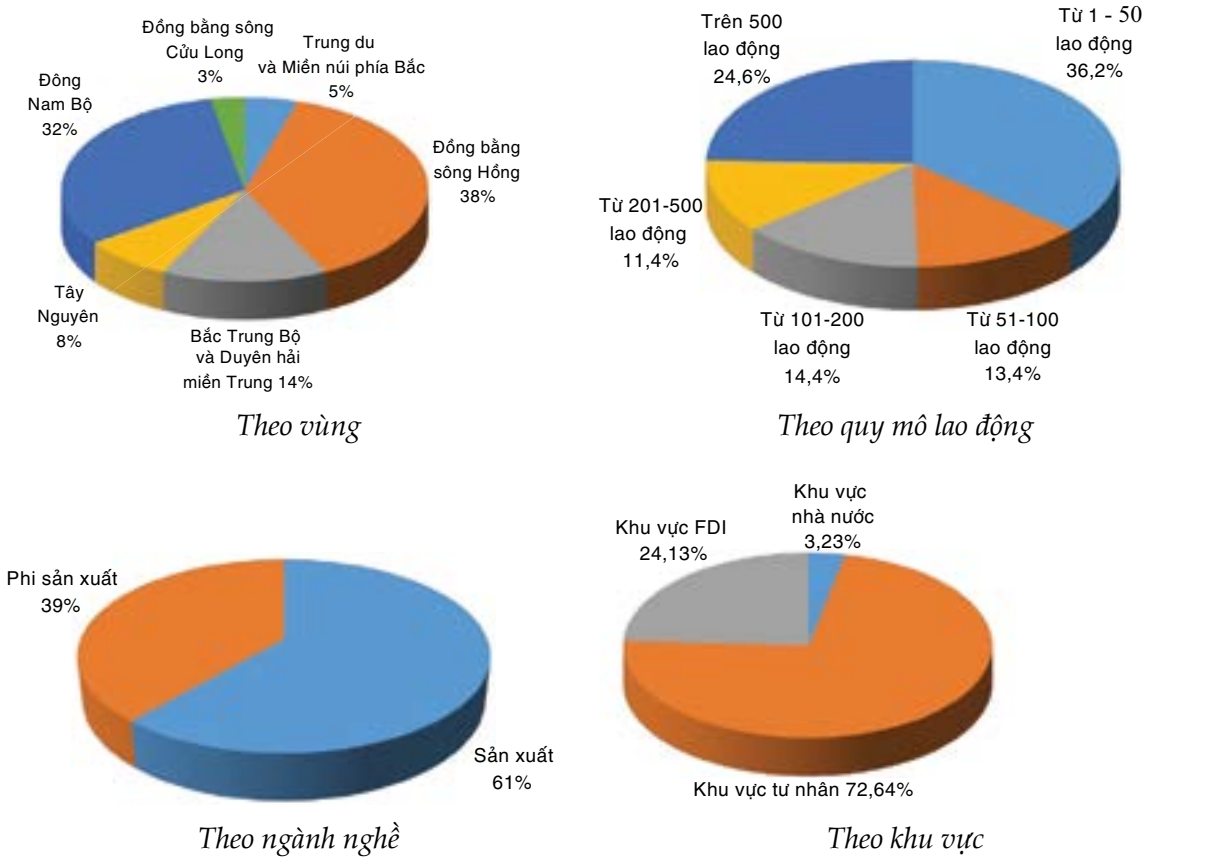
Trong số hơn 400 phiếu khảo sát thu về, chiếm tỷ trọng lớn là các doanh nghiệp thuộc khu vực đồng bằng sông Hồng (38%) và Đông Nam Bộ (31,8%). Đây là những khu vực có mật độ doanh nghiệp tập trung đông đúc nhất cả nước. Doanh nghiệp được khảo sát thuộc khu vực Bắc Trung bộ và Duyên hải miền Trung chiếm 14,6%. Tỷ lệ nhỏ các doanh nghiệp được khảo sát thuộc Trung du và Miền núi phía Bắc, Tây Nguyên và đồng bằng Sông Cửu Long với lần lượt tỷ lệ là 4,7%, 3,0% và 7,9%.

Xét về quy mô doanh nghiệp, tỷ lệ doanh nghiệp có quy mô siêu nhỏ, nhỏ và vừa (DNNVV) chiếm đa số với 64%, trong đó 36,1% doanh nghiệp có quy mô dưới

50 lao động, 13,5% doanh nghiệp có quy mô từ 51-100 lao động và 14,4% doanh nghiệp có quy mô từ 101-200 lao động. Trong số 36% doanh nghiệp có quy mô lớn (trên 200 lao động), có 24,6% doanh nghiệp có quy mô trên 500 lao động.

Trong số các doanh nghiệp tham gia khảo sát, có đến 61,3% số doanh nghiệp là các doanh nghiệp thuộc các ngành công nghiệp chế biến, chế tạo. Đây là nhóm ngành có yêu cầu đặc biệt về khả năng làm chủ công nghệ và kỹ thuật trong sản xuất, là động lực cho quá trình chuyển đổi số trong kinh doanh, thúc đẩy tăng trưởng kinh tế dịch chuyển sang chiều sâu. 38,7% số doanh nghiệp còn lại thuộc các lĩnh vực nông nghiệp, xây dựng, thương mại, dịch vụ, gọi chung là khu vực không sản xuất.

Về hình thức sở hữu của doanh nghiệp, doanh nghiệp khu vực tư nhân chiếm tỷ trọng cao nhất với 72,6%, tiếp đến là doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài chiếm 24,1%, DNNN chiếm tỷ trọng ít nhất với 3,3%.



Nguồn: Khảo sát doanh nghiệp, VCCI, 2020

Cơ cấu mẫu doanh nghiệp tham gia khảo sát

CÔNG TY TNHH MỘT THÀNH VIÊN SỞ HỮU TRÍ TUỆ VCCI

Tầng 8, tòa nhà VCCI, số 9 Đào Duy Anh, Hà Nội.
Tel. (024) 3577 1365 ✦ Fax. (024) 3577 1563, 3577 2595, 3577 2629
E-mail: patent@vcci-ip.com; trademark@vcci-ip.com ✦ Website: www.vcci-ip.com

Công ty TNHH một thành viên Sở hữu trí tuệ VCCI (tên giao dịch: VCCI-IP CO., LTD) là công ty trực thuộc Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam hoạt động trong lĩnh vực đại diện sở hữu trí tuệ. VCCI-IP được thành lập năm 1984 (ngay sau khi Cục Sở hữu Trí tuệ được thành lập năm 1982), tiền thân là Ban Sở hữu công nghiệp của Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam thực hiện nhiệm vụ của Chính phủ giao trong nhiều năm là đại diện độc quyền đăng ký quyền sở hữu trí tuệ cho doanh nghiệp nước ngoài tại Việt Nam. Cùng với sự đổi mới của nền kinh tế và hội nhập kinh tế toàn cầu, gần 40 năm qua, VCCI-IP liên tục phát triển và nâng cao tính chuyên nghiệp, khẳng định vị trí là một trong những đại diện sở hữu trí tuệ lớn nhất và có uy tín nhất Việt Nam. VCCI-IP hàng năm được các tạp chí chuyên ngành về sở hữu trí tuệ như Managing IP Magazine, Asia IP Magazine đánh giá và xếp loại là một trong những đại diện sở hữu trí tuệ hàng đầu Việt Nam.

Hiện nay, VCCI-IP hợp tác với khoảng 500 văn phòng luật trên toàn thế giới và đại diện cho hơn 1000 khách hàng trong nước và nước ngoài, trong đó có nhiều tập đoàn công nghiệp, các công ty đa quốc gia hàng đầu thế giới như Sony, Sharp, Panasonic, LG, Toshiba, GlaxoSmithKline, NTT Docomo, Sanyo, Hitachi v.v.. VCCI-IP là thành viên của các hiệp hội nghề nghiệp quốc tế như Hiệp hội Quốc tế về Bảo hộ quyền Sở hữu trí tuệ (AIPPI), Hiệp hội Nhãn hiệu Quốc tế (INTA), Hiệp hội Luật sư sáng chế châu Á (APAA)... Với đội ngũ hơn 70 cán bộ gồm luật sư, luật gia, kỹ sư, chuyên viên kỹ thuật trong nhiều lĩnh vực, tận tâm với công việc, VCCI - IP luôn đảm bảo cung cấp chất lượng dịch vụ tốt nhất trên cơ sở hợp tác chặt chẽ, kịp thời với khách hàng trong việc xác lập và bảo vệ hiệu quả các quyền sở hữu trí tuệ tại Việt Nam và nước ngoài.

Lĩnh vực hoạt động của VCCI-IP như sau

1. Cung cấp thông tin về môi trường pháp lý, kinh tế kỹ thuật của Việt Nam và nước ngoài liên quan đến sở hữu trí tuệ cho các cá nhân, doanh nghiệp trong và ngoài nước;
2. Dịch vụ tra cứu thông tin về tình trạng kỹ thuật, khả năng bảo hộ, tình trạng bảo hộ của sáng chế, kiểu dáng công nghiệp, nhãn hiệu, v.v.;
3. Tư vấn và đại diện để đăng ký bảo hộ cho các sáng chế, kiểu dáng công nghiệp, nhãn hiệu, bản quyền tác giả v.v. của các cá nhân, tổ chức trong nước và nước ngoài tại Việt Nam và nước ngoài;
4. Tư vấn và nộp đơn đăng ký sáng chế quốc tế theo Hiệp ước PCT;
5. Tư vấn và đăng ký bảo hộ nhãn hiệu Việt Nam ra nước ngoài theo hệ thống đăng ký nhãn hiệu quốc tế Madrid và Nhãn hiệu Cộng đồng châu Âu;
6. Tư vấn và đại diện giải quyết khiếu nại, khiếu kiện, tranh chấp về quyền sở hữu trí tuệ;
7. Chống vi phạm quyền sở hữu trí tuệ và chống hàng giả tại Việt Nam và các thị trường nước ngoài;
8. Tư vấn chuyển nhượng, chuyển giao li-xăng quyền sở hữu trí tuệ và chuyển giao công nghệ.

CHƯƠNG 1

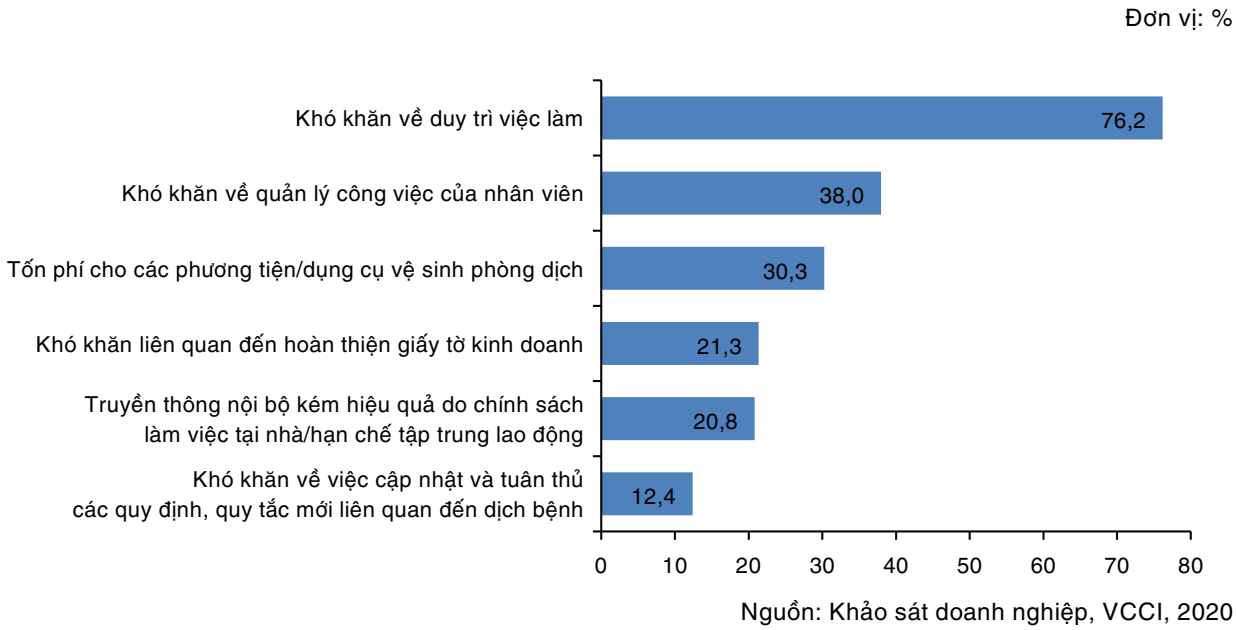
TÁC ĐỘNG CỦA ĐẠI DỊCH COVID-19 ĐẾN DOANH NGHIỆP

1.1. TÁC ĐỘNG CỦA COVID-19 ĐẾN HOẠT ĐỘNG KINH DOANH CHUNG CỦA DOANH NGHIỆP

1.1.1. Đại dịch Covid-19 đã gây ra nhiều tác động tiêu cực đến hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp, rất khó khăn trong việc duy trì việc làm cho người lao động

Bệnh viêm đường hô hấp do chủng mới của vi rút Corona (Covid-19) bắt đầu lây lan và bùng phát đầu năm 2020 trên toàn thế giới đã tác động nghiêm trọng đến nền kinh tế, làm ngưng trệ hầu hết các hoạt động sản xuất kinh doanh và gây tê liệt đối với nhiều doanh nghiệp thuộc các ngành kinh tế đặc thù. Những sự kiện kinh tế khởi đầu cho năm 2020 chính là các biện pháp phong tỏa mà các nền kinh tế không thể không thực hiện nhằm kiểm soát dịch bệnh. Việt Nam được đánh giá là một trong các quốc gia đã thành công trong việc phòng chống, hạn chế sự lây lan của dịch bệnh nhờ triển khai những biện pháp quyết liệt, cao hơn cả mức khuyến cáo của tổ chức WHO, trong đó, có việc thực hiện dãn cách xã hội, hạn chế tiếp xúc. Mặc dù những biện pháp phòng chống sự lây lan của dịch bệnh này là cần thiết, nhưng việc triển khai những biện pháp này cũng đã ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh nói chung của doanh nghiệp trong 6 tháng đầu năm 2020.

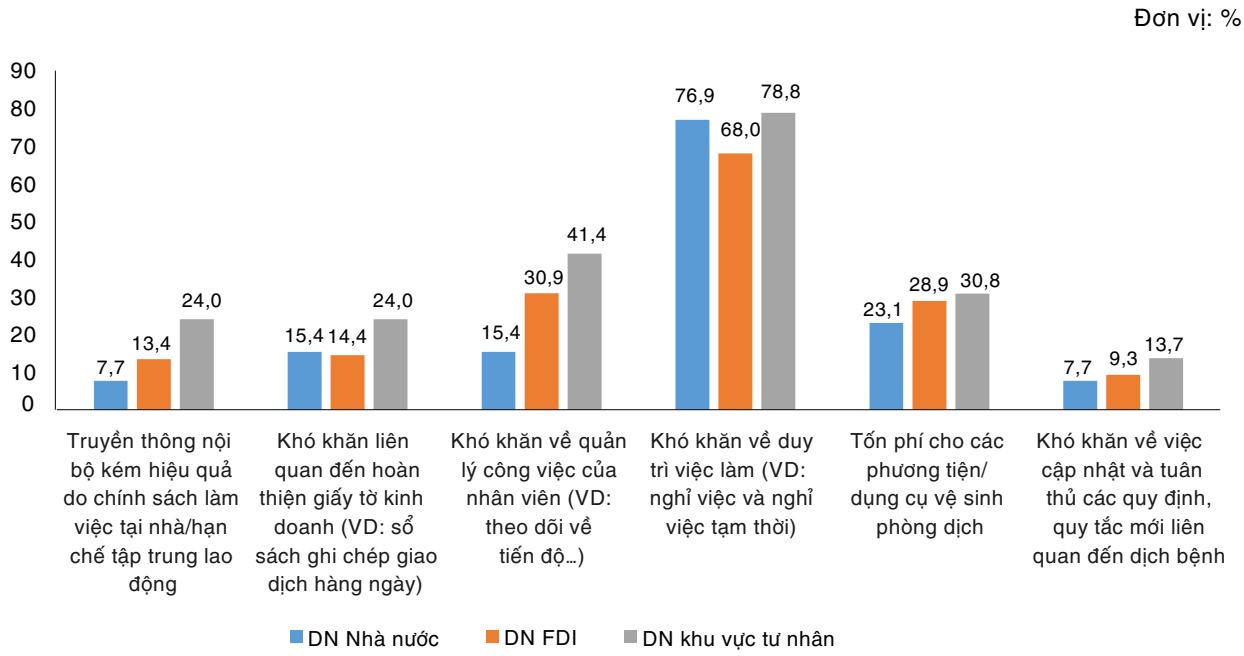
Trong số các tác động tiêu cực mà đại dịch Covid-19 gây ra đối với hoạt động kinh doanh chung của doanh nghiệp, việc phải thu hẹp quy mô hay giảm tần suất hoạt động do tác động của Covid-19 đã khiến nhiều doanh nghiệp phải cho lao động nghỉ việc hay nghỉ việc tạm thời. Chính vì vậy, việc duy trì việc làm cho người lao động là mối quan tâm của rất nhiều doanh nghiệp dưới tác động của dịch Covid-19 (76,2%). Bên cạnh đó, do phải thực hiện những biện pháp dãn cách xã hội hay hạn chế tập trung để phòng chống dịch bệnh khiến nhiều doanh nghiệp phải cho nhân viên làm việc tại nhà hoặc luân phiên theo ca, dẫn đến gặp khó khăn trong quản lý công việc của nhân viên (38%) cũng như tốn thêm chi phí để trang bị các phương tiện/dụng cụ vệ sinh phòng dịch (30,3%). Ngoài ra, các chỉ thị dãn cách xã hội, hạn chế đi lại, hạn chế tập trung lao động khiến một số doanh nghiệp gặp khó khăn liên quan đến hoàn thiện giấy tờ kinh doanh (21,3%) và gây ra nhiều rào cản trong giao tiếp, truyền thông nội bộ về công việc (20,8%). Do tình hình diễn biến dịch bệnh cũng như các biện pháp phòng chống lây lan của dịch bệnh được các cơ quan chính quyền tuyên truyền rộng rãi và cập nhật thường xuyên trên các phương tiện thông tin đại chúng, nên chỉ 12,4% doanh nghiệp cho biết gặp khó khăn trong việc cập nhật và tuân thủ các quy định, quy tắc mới liên quan đến dịch bệnh.



Hình 1.1. Tác động của Covid-19 đến hoạt động kinh doanh chung

1.1.2. Doanh nghiệp khu vực tư nhân bị chịu nhiều tác động hơn bởi đại dịch Covid-19

Trong các vấn đề ảnh hưởng tới hoạt động kinh doanh chung của doanh nghiệp thì vấn đề *khó khăn về duy trì việc làm (như nghỉ việc và nghỉ việc tạm thời)* là vấn đề ảnh hưởng lớn nhất đến tất cả các loại hình doanh nghiệp, cụ thể là 78,8% doanh nghiệp khu vực tư nhân trong nước, 76,9% doanh nghiệp nhà nước, 68,0% doanh nghiệp FDI đều gặp rất nhiều khó khăn khi duy trì việc làm cho nhân viên của mình. Tuy nhiên, hoạt động kinh doanh nói chung của các doanh nghiệp khu vực tư nhân trong nước bị ảnh hưởng bởi dịch Covid-19 lớn nhất so với doanh nghiệp khu vực nhà nước và FDI trên hầu hết các vấn đề như truyền thông nội bộ kém hiệu quả do chính sách làm việc tại nhà/hạn chế tập trung lao động; khó khăn liên quan đến hoàn thiện giấy tờ kinh doanh; khó khăn về quản lý công việc của nhân viên; khó khăn về duy trì việc làm; tốn phí cho các phương tiện/dụng cụ vệ sinh phòng dịch; khó khăn về việc cập nhật và tuân thủ các quy định, quy tắc mới liên quan đến dịch bệnh.



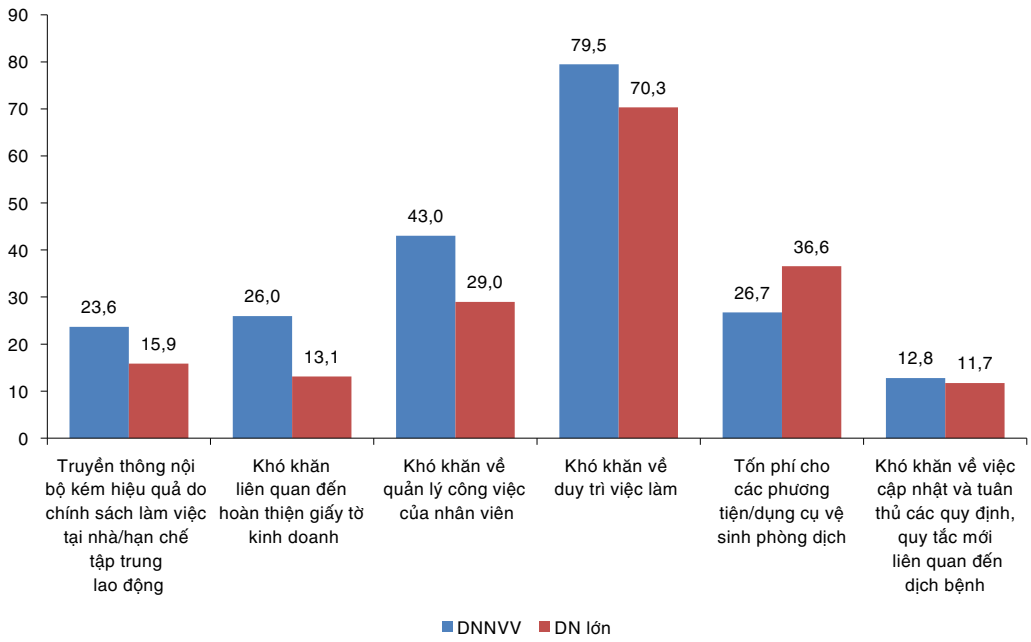
Nguồn: Khảo sát doanh nghiệp, VCCI, 2020

Hình 1.2. Tác động của Covid-19 tới hoạt động kinh doanh chung của các nhóm doanh nghiệp phân theo loại hình doanh nghiệp

1.1.3. Các doanh nghiệp siêu nhỏ, nhỏ và vừa chịu nhiều tác động tiêu cực từ Covid-19 hơn là các doanh nghiệp lớn

Với các quy mô khác nhau, thì ảnh hưởng của Covid-19 tới hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp cũng khác nhau. Hình 1.3 cho thấy, Covid-19 có ảnh hưởng tới hoạt động của các DNNVV mạnh mẽ là các doanh nghiệp lớn ở hầu hết các khía cạnh ngoại trừ vấn đề *tốn phí cho các phương tiện/dụng cụ vệ sinh phòng dịch.* Điều này có thể dễ dàng giải thích, các DNNVV thường có cơ sở vật chất có hạn, trong khi các doanh nghiệp lớn lại thường sở hữu một cơ sở vật chất lớn. Covid-19 đòi hỏi các doanh nghiệp phải vệ sinh các phương tiện và phòng dịch ở tất cả các khâu, các giai đoạn và các khía cạnh của sản xuất kinh doanh. Chính vì vậy, các doanh nghiệp lớn sẽ tốn kém chi phí bảo trì, vệ sinh và phòng dịch. Khi doanh nghiệp gặp khó khăn, mỗi đồng chi phí tăng lên đều sẽ làm cho gánh nặng tài chính nặng thêm.

Đơn vị: %

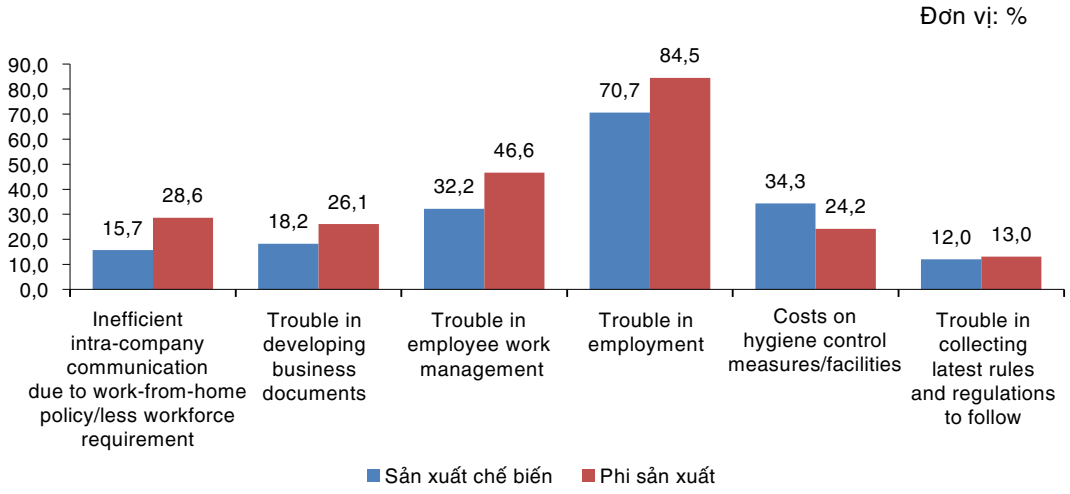


Nguồn: Khảo sát doanh nghiệp, VCCI, 2020

Hình 1.3. Tác động của Covid-19 tới hoạt động kinh doanh chung của các nhóm doanh nghiệp phân theo quy mô doanh nghiệp

1.1.4. Các doanh nghiệp khu vực phi sản xuất chịu nhiều tác động tiêu cực từ đại dịch Covid-19 hơn các doanh nghiệp sản xuất

Hình 1.4 thể hiện sự khác biệt về mức độ tác động của Covid-19 lên hoạt động kinh doanh giữa các doanh nghiệp sản xuất và doanh nghiệp phi sản xuất. Kết quả cho thấy, hoạt động kinh doanh chung của các doanh nghiệp thuộc ngành sản xuất dường như ít bị ảnh hưởng bởi dịch Covid-19 so với các doanh nghiệp phi sản xuất trên hầu hết các vấn đề, ngoại trừ việc *tốn phí cho các phương tiện/dụng cụ vệ sinh phòng dịch*. Đặc biệt, dịch Covid-19 gây ảnh hưởng khó khăn nghiêm trọng đến việc *duy trì việc làm* cho nhân viên của các doanh nghiệp phi sản xuất (84,5%) cũng như các doanh nghiệp sản xuất (70,7%). Ngoài ra, dịch Covid-19 còn làm cho các doanh nghiệp phi sản xuất gặp *khó khăn về quản lý công việc của nhân viên (46,6%), truyền thông nội bộ kém hiệu quả do chính sách làm việc tại nhà/hạn chế tập trung lao động (28,6%), khó khăn về hoàn thiện giấy tờ kinh doanh (26,1%)*; trong lĩnh vực phi sản xuất, chủ yếu là các doanh nghiệp có hoạt động xuất nhập khẩu gặp khó khăn về *tốn phí cho các phương tiện/dụng cụ vệ sinh phòng dịch (34,30%), quản lý công việc của nhân viên (32,2%).*



Nguồn: Khảo sát doanh nghiệp, VCCI, 2020

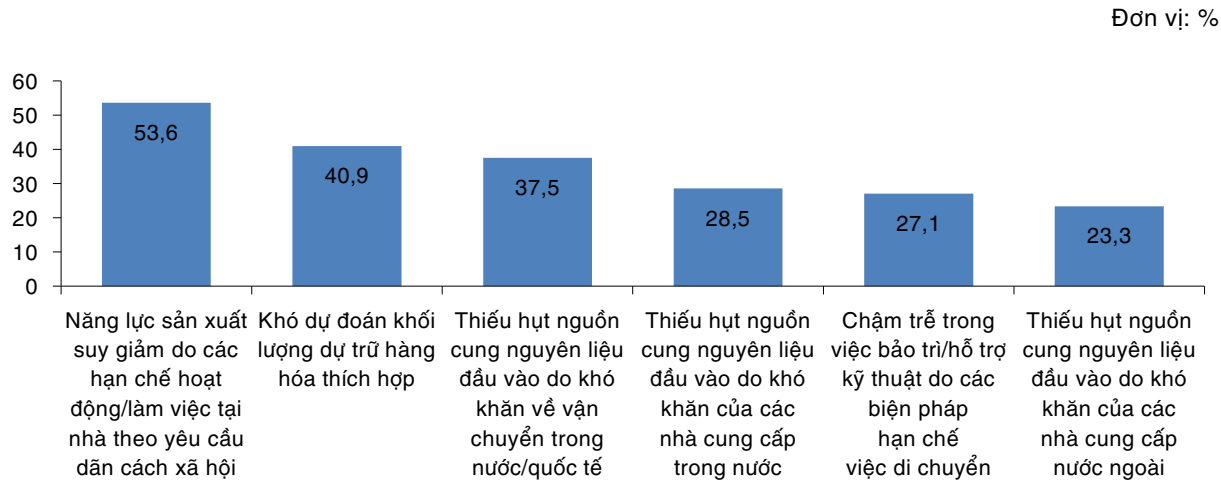
Hình 1.4. Tác động của Covid-19 tới hoạt động kinh doanh chung của các nhóm doanh nghiệp phân theo lĩnh vực hoạt động

1.2. TÁC ĐỘNG CỦA COVID-19 ĐẾN HOẠT ĐỘNG SẢN XUẤT CỦA DOANH NGHIỆP

1.2.1. Covid-19 khiến năng lực sản xuất của doanh nghiệp bị suy giảm, thiếu hụt nguồn cung nguyên vật liệu và khó khăn trong dự đoán trong dự trữ hàng hóa

Riêng đối với hoạt động sản xuất trong doanh nghiệp, do phần lớn doanh nghiệp thuộc các ngành công nghiệp chế biến, chế tạo nên hầu hết các công đoạn sản xuất sản phẩm đều cần có sự tham gia trực tiếp của người lao động. Bởi vậy, khi thực hiện dãn cách xã hội, làm việc tại nhà đã khiến hơn một nửa số doanh nghiệp (53,6%) gặp khó khăn do suy giảm năng lực sản xuất. Hơn nữa, trước tình hình dịch bệnh diễn biến khó lường, nhất là trên thế giới, khiến nhu cầu về hàng hóa trên thị trường có nhiều biến động, do đó, có đến 40,9% số doanh nghiệp cho biết họ khó kiểm soát lượng hàng tồn kho và khó dự đoán được khối lượng dự trữ hàng hóa thích hợp.

Việc hạn chế đi lại trong nước, phong tỏa biên giới của nhiều quốc gia và việc tạm ngưng khai thác các chuyến bay quốc tế đến Việt Nam đã khiến nguồn cung nguyên liệu đầu vào của 37,5% doanh nghiệp thiếu hụt do gặp khó khăn trong quá trình vận chuyển trong nước cũng như quốc tế. Ngoài ra, sự thiếu hụt đầu vào của khoảng 1/4 doanh nghiệp khảo sát còn bởi các đối tác cung cấp đầu vào trong nước và quốc tế cũng gặp nhiều khó khăn trong sản xuất và đáp ứng đơn hàng, đặc biệt là bị ảnh hưởng bởi sự đình trệ nguồn cung linh kiện, phụ liệu từ Trung Quốc. Các yêu cầu hạn chế di chuyển cũng gây ra những chậm trễ nhất định trong các công việc bảo trì/hỗ trợ kỹ thuật trong doanh nghiệp.

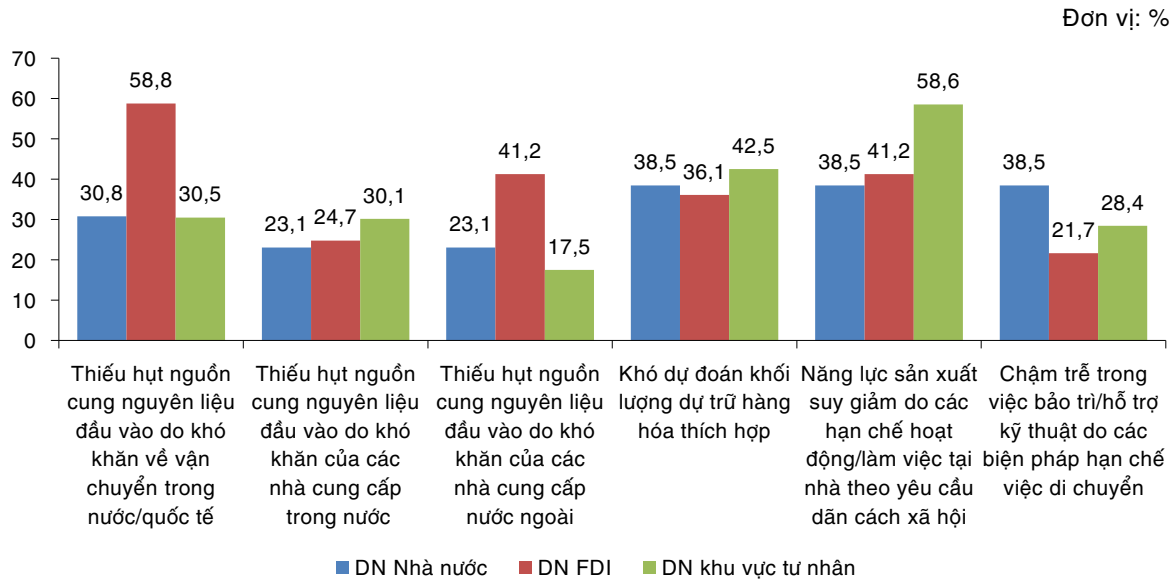


Nguồn: Khảo sát doanh nghiệp, VCCI, 2020

Hình 1.5. Tác động của Covid-19 tới hoạt động sản xuất của các doanh nghiệp

1.2.2. Khu vực FDI gặp nhiều khó khăn về nguồn cung nguyên liệu, trong khi khu vực tư nhân bị giảm năng lực sản suất nhiều hơn do Covid-19

Hình 1.6 mô tả sự khác biệt trong cảm nhận về ảnh hưởng của Covid-19 tới hoạt động sản xuất của các doanh nghiệp, so sánh giữa các loại hình doanh nghiệp.



Nguồn: Khảo sát doanh nghiệp, VCCI, 2020

Hình 1.6. Tác động của Covid-19 tới hoạt động sản xuất của các nhóm doanh nghiệp phân theo loại hình doanh nghiệp

Nếu xét trên số lượng vấn đề liên quan đến hoạt động sản xuất có tỷ lệ doanh nghiệp bị tác động lớn nhất do đại dịch Covid-19 thì nhóm doanh nghiệp khu vực tư nhân trong nước bị ảnh hưởng nhiều nhất (3 vấn đề là *năng lực sản xuất suy giảm do các hạn chế hoạt động/làm việc tại nhà theo yêu cầu dãn cách xã hội (58,6%), Khó dự đoán khối lượng dự trữ hàng hóa thích hợp (42,5%), thiếu hụt nguồn cung nguyên liệu đầu vào do khó khăn của các nhà cung cấp trong nước (30,1%)*), tiếp đến là nhóm các doanh nghiệp FDI (2 vấn đề là *thiếu hụt nguồn cung nguyên liệu đầu vào do khó khăn về vận chuyển trong nước/quốc tế (58,8%), Thiếu hụt nguồn cung nguyên liệu đầu vào do khó khăn của các nhà cung cấp nước ngoài (41,2%)*), cuối cùng là các doanh nghiệp nhà nước (một vấn đề là *chậm trễ trong việc bảo trì/hỗ trợ kỹ thuật do các biện pháp hạn chế việc di chuyển (38,5%)*).

Nhìn chung, các vấn đề bị ảnh hưởng do dịch Covid-19 trong hoạt động sản xuất có tỷ lệ khá tương đồng giữa các loại hình doanh nghiệp. Tuy nhiên cũng có các vấn đề trong hoạt động sản xuất bị ảnh hưởng khá đặc thù xuất phát đặc điểm hoạt động của doanh nghiệp, ví dụ như các doanh nghiệp FDI bị ảnh hưởng nhiều hơn bởi vấn đề *thiếu hụt nguồn cung nguyên liệu đầu vào do khó khăn về vận chuyển trong nước/quốc tế hoặc do khó khăn của các nhà cung cấp nước ngoài.*

1.2.3. Các doanh nghiệp lớn bị ảnh hưởng nhiều hơn về nguồn cung nguyên liệu đầu vào thì các doanh nghiệp DNNVV bị ảnh hưởng nhiều hơn về năng lực sản xuất

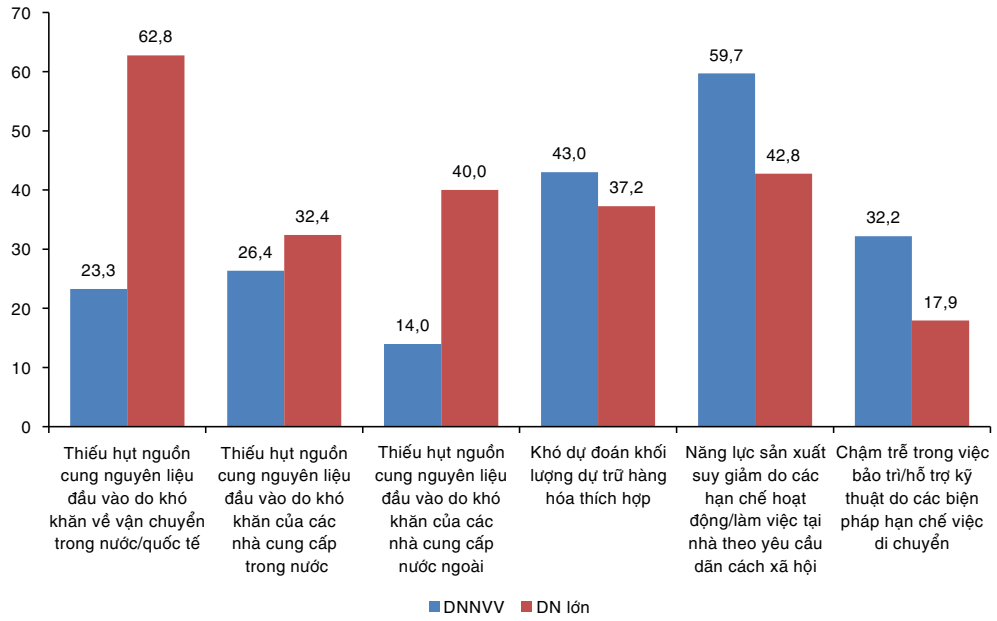
Kết quả nghiên cứu cho thấy, các doanh nghiệp lớn bị ảnh hưởng lớn hơn nhóm doanh nghiệp nhỏ và vừa trong các vấn đề thiếu hụt nguồn cung nguyên liệu đầu vào do khó khăn về vận chuyển trong nước/quốc tế (62,8%), do khó khăn của các nhà cung cấp nước ngoài (40%), do khó khăn của các nhà cung cấp trong nước (32,4%). Ngược lại, các doanh nghiệp nhỏ và vừa lại bị dịch Covid-19 ảnh hưởng lớn hơn các doanh nghiệp lớn trong các vấn đề năng lực sản xuất suy giảm do các hạn chế hoạt động/làm việc tại nhà theo yêu cầu dãn cách xã hội (59,7%), khó dự đoán khối lượng dự trữ hàng hóa thích hợp (43,0%), chậm trễ trong việc bảo trì/hỗ trợ kỹ thuật do các biện pháp hạn chế việc di chuyển (32,2%).

Mặt khác, các doanh nghiệp lớn bị ảnh hưởng nhiều nhất bởi thiếu hụt nguồn cung nguyên liệu đầu vào do khó khăn về vận chuyển trong nước/quốc tế (62,8%), tiếp đến là năng lực sản xuất suy giảm do các hạn chế hoạt động/làm việc tại nhà theo yêu cầu dãn cách xã hội (42,8%); các doanh nghiệp nhỏ và vừa bị ảnh hưởng nhiều nhất bởi năng lực

sản xuất suy giảm do các hạn chế hoạt động/làm việc tại nhà theo yêu cầu dãn cách xã hội (59,7%) tiếp đến là khó dự đoán khối lượng dự trữ hàng hóa thích hợp (43,0%).

Hình 1.7 dưới đây thể hiện sự khác biệt giữa các nhóm doanh nghiệp theo quy mô khi cảm nhận ảnh hưởng của Covid-19 tới sản xuất.

Đơn vị: %

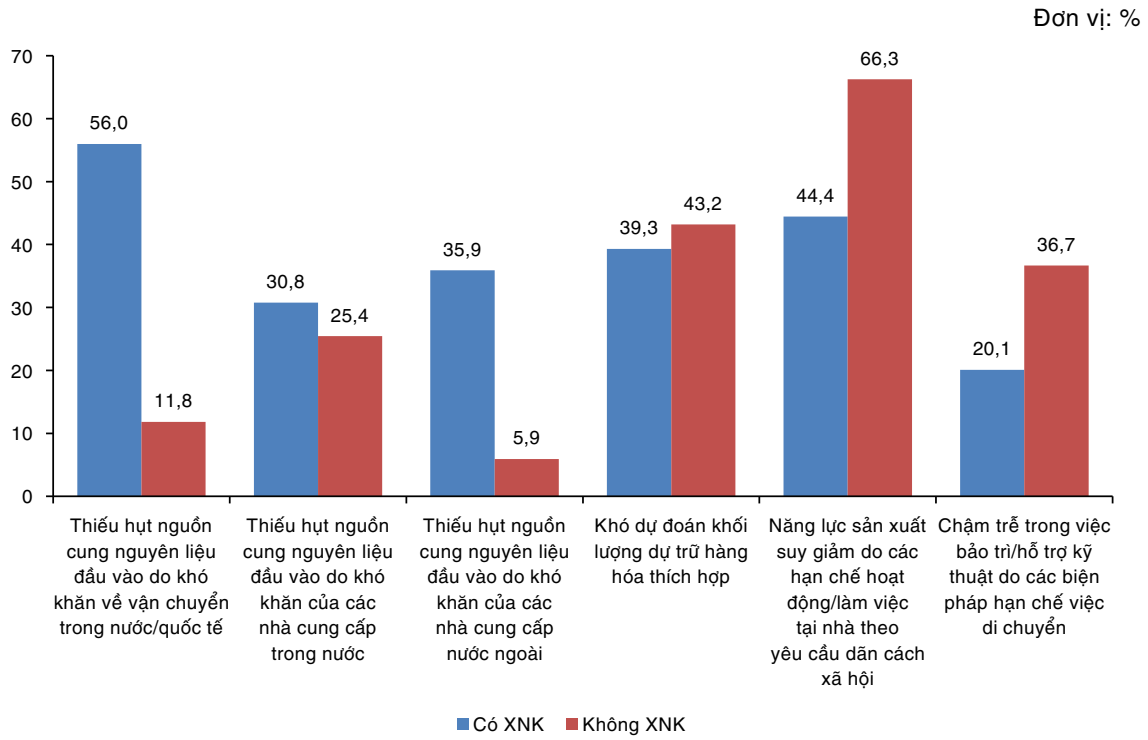


Nguồn: Khảo sát doanh nghiệp, VCCI, 2020

Hình 1.7. Tác động của Covid-19 tới hoạt động sản xuất của các nhóm doanh nghiệp phân theo quy mô doanh nghiệp

1.2.4. Các doanh nghiệp xuất khẩu bị đứt gãy nguồn cung nguyên liệu từ các nhà cung ứng nước ngoài

Các doanh nghiệp có hoạt động xuất nhập khẩu bị đại dịch Covid-19 ảnh hưởng nhiều hơn so với các doanh nghiệp không có hoạt động xuất nhập khẩu trong các vấn đề *thiếu hụt nguồn cung nguyên liệu đầu vào do khó khăn về vận chuyển trong nước/quốc tế (56%), do khó khăn của các nhà cung cấp nước ngoài (35,9%), do khó khăn của các nhà cung cấp trong nước (30,8%)*. Ngược lại, các doanh nghiệp không có hoạt động xuất nhập khẩu lại bị ảnh hưởng của dịch Covid-19 lớn hơn các doanh nghiệp có hoạt động xuất nhập khẩu trong các vấn đề *năng lực sản xuất suy giảm do các hạn chế hoạt động/làm việc tại nhà theo yêu cầu dãn cách xã hội (66,3%), khó dự đoán khối lượng dự trữ hàng hóa thích hợp (43,2%), chậm trễ trong việc bảo trì/hỗ trợ kỹ thuật do các biện pháp hạn chế việc di chuyển (36,7%).*



Nguồn: Khảo sát doanh nghiệp, VCCI, 2020

Hình 1.8. Tác động của Covid-19 tới hoạt động sản xuất của các nhóm doanh nghiệp phân theo hoạt động xuất nhập khẩu

Mặt khác, các doanh nghiệp có hoạt động xuất nhập khẩu bị ảnh hưởng nhiều nhất bởi thiếu hụt nguồn cung nguyên liệu đầu vào do khó khăn về vận chuyển trong nước/quốc tế (56%), tiếp đến là năng lực sản xuất suy giảm do các hạn chế hoạt động/làm việc tại nhà theo yêu cầu dãn cách xã hội (44,4%); các doanh nghiệp không có hoạt động xuất nhập khẩu bị ảnh hưởng nhiều nhất bởi năng lực sản xuất suy giảm do các hạn chế hoạt động/làm việc tại nhà theo yêu cầu dãn cách xã hội (66,3%) tiếp đến là khó dự đoán khối lượng dự trữ hàng hóa thích hợp (43,2%).

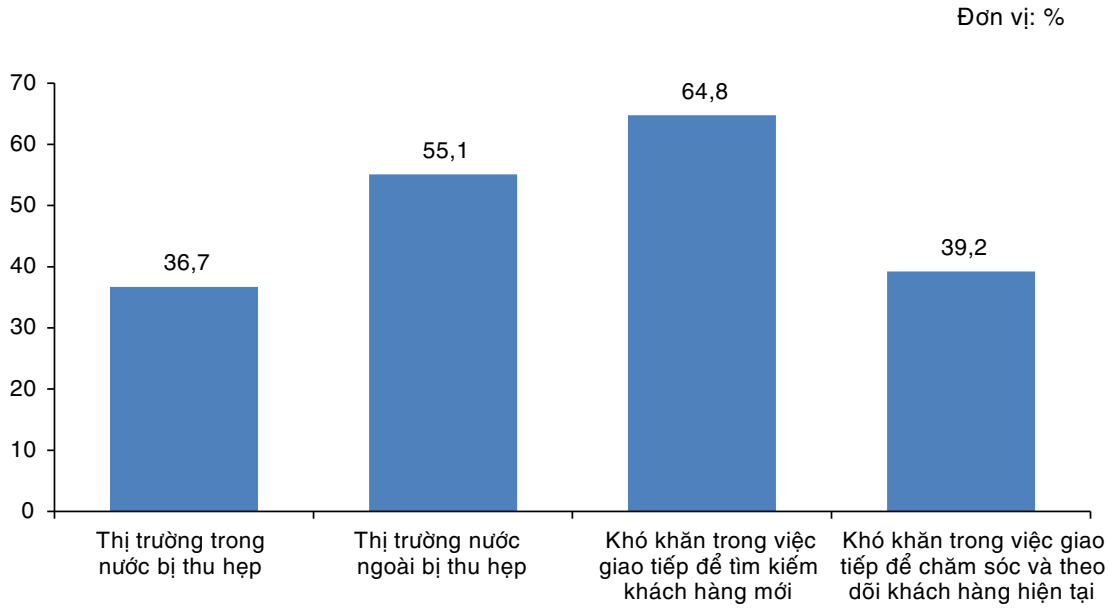
1.3. TÁC ĐỘNG CỦA COVID-19 ĐỐI VỚI HOẠT ĐỘNG BÁN HÀNG CỦA DOANH NGHIỆP

1.3.1. Covid-19 không chỉ làm thu hẹp thị trường hiện tại mà còn gây khó khăn cho doanh nghiệp trong tìm kiếm thị trường mới

Dịch bệnh Covid-19 đã gây nên những khủng hoảng trầm trọng trong toàn bộ nền kinh tế, thị trường tiêu thụ trong nước đình trệ trong khi các thị trường xuất khẩu chính của

doanh nghiệp thì đóng băng. Thị trường đầu ra bị thu hẹp, các đối tác cũ đề nghị hoãn, hủy các đơn đặt hàng đã ký, số đơn đặt hàng mới thì sụt giảm mạnh do khách hàng vẫn mang tâm lý dè chừng trước bối cảnh kinh tế biến động, khiến hoạt động bán hàng và tiêu thụ sản phẩm của doanh nghiệp chậm lại đáng kể. Do Covid-19, giao dịch giữa các doanh nghiệp nói chung và giữa các quốc gia nói riêng bị hạn chế. Chính vì thế, hoạt động bán hàng về cơ bản, dựa trên các giao dịch truyền thông có thể sẽ chịu ảnh hưởng.

Kết quả khảo sát tại hình 1.9 cho thấy, phần nhiều doanh nghiệp gặp khó khăn trong việc giao tiếp để tìm kiếm khách hàng mới với tỷ lệ 64,8%. Điều này hoàn toàn dễ hiểu bởi các lệnh dãn cách xã hội đã làm cho các hoạt động gặp gỡ, trao đổi, xúc tiến thương mại không thể diễn ra. Cơ hội tiếp xúc với khách hàng và đối tác mới để quảng bá, giới thiệu sản phẩm cũng như ký kết hợp đồng của các doanh nghiệp là rất thấp. Việc giao tiếp để chăm sóc và theo dõi khách hàng hiện tại của doanh nghiệp cũng gặp phải những khó khăn tương tự.



Nguồn: Khảo sát doanh nghiệp, VCCI, 2020

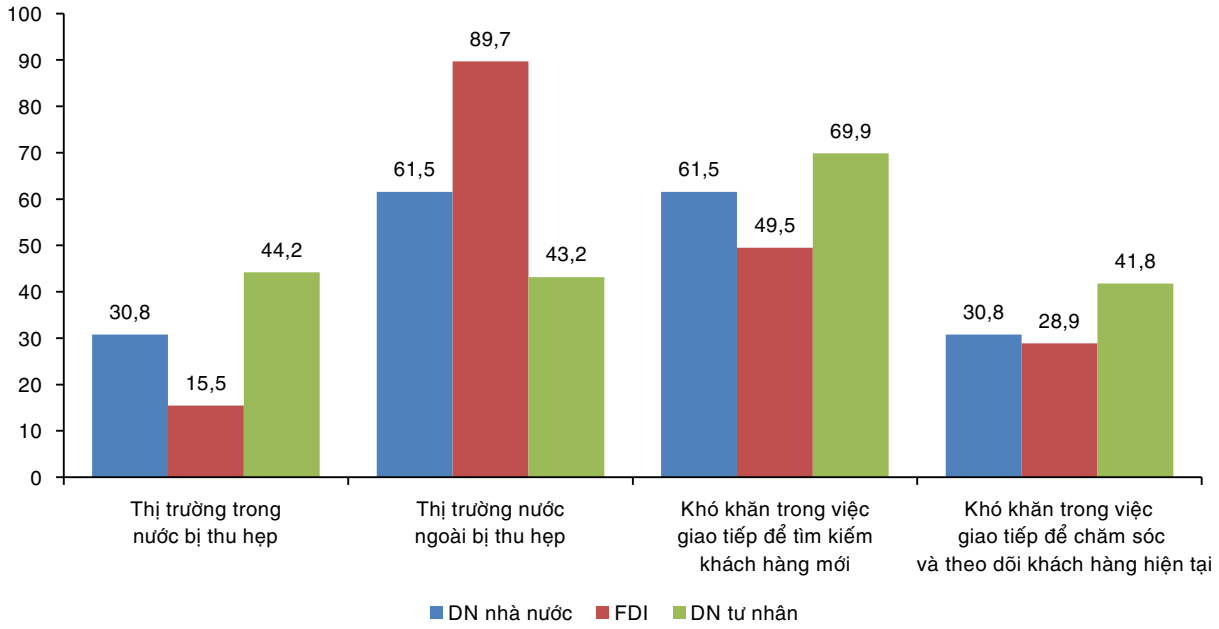
Hình 1.9. Tác động của Covid-19 tới hoạt động bán hàng của doanh nghiệp

1.3.2. Covid-19 làm thu hẹp thị trường nước ngoài đối với các doanh nghiệp FDI, thu hẹp thị trường trong nước đối với các doanh nghiệp khu vực tư nhân

Các vấn đề trong hoạt động bán hàng bị ảnh hưởng bởi dịch Covid-19 khá đặc thù do xuất phát đặc điểm hoạt động của doanh nghiệp, ví dụ như các doanh nghiệp FDI bị ảnh

hưởng nhiều nhất bởi vấn đề *thị trường nước ngoài bị thu hẹp* hay các doanh nghiệp khu vực tư nhân trong nước thì bị ảnh hưởng nhiều hơn bởi vấn đề *thị trường trong nước bị thu hẹp*. Trên góc độ bình diện chung thì vấn đề *khó khăn trong việc giao tiếp để tìm kiếm khách hàng mới* ảnh hưởng nhiều nhất tới tất cả các doanh nghiệp thuộc các nhóm, nhưng cao hơn ở các doanh nghiệp trong nước, nhất là khu vực tư nhân trong nước.

Đơn vị: %

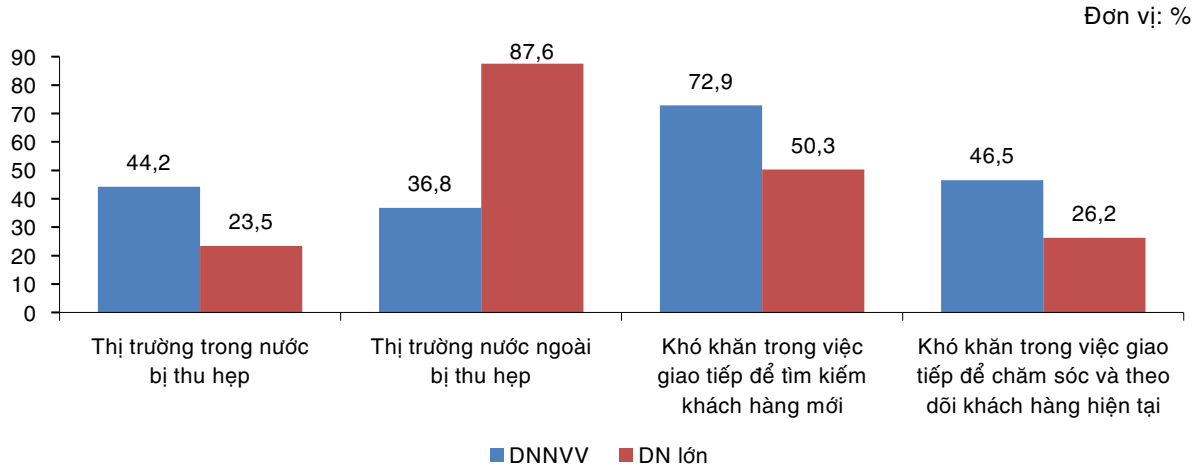


Nguồn: Khảo sát doanh nghiệp, VCCI, 2020

Hình 1.10. Tác động của Covid-19 tới hoạt động bán hàng của các nhóm doanh nghiệp phân theo loại hình doanh nghiệp

1.3.3. Đa số các hoạt động bán hàng của DNNVV bị ảnh hưởng nhiều hơn so với các doanh nghiệp lớn, trừ thị trường nước ngoài

So sánh ảnh hưởng của dịch Covid-19 đến các vấn đề liên quan đến hoạt động bán hàng của doanh nghiệp cho thấy nhóm doanh nghiệp lớn bị ảnh hưởng lớn hơn so với nhóm doanh nghiệp nhỏ và vừa trong các vấn đề *thị trường nước ngoài bị thu hẹp (87,6%)*. Ngược lại, các doanh nghiệp nhỏ và vừa lại bị dịch Covid-19 ảnh hưởng lớn hơn các doanh nghiệp lớn trong các vấn đề *khó khăn trong việc giao tiếp để tìm kiếm khách hàng mới (72,9%), khó khăn trong việc giao tiếp để chăm sóc và theo dõi khách hàng hiện tại (46,5%), thị trường trong nước bị thu hẹp (44,2%).*

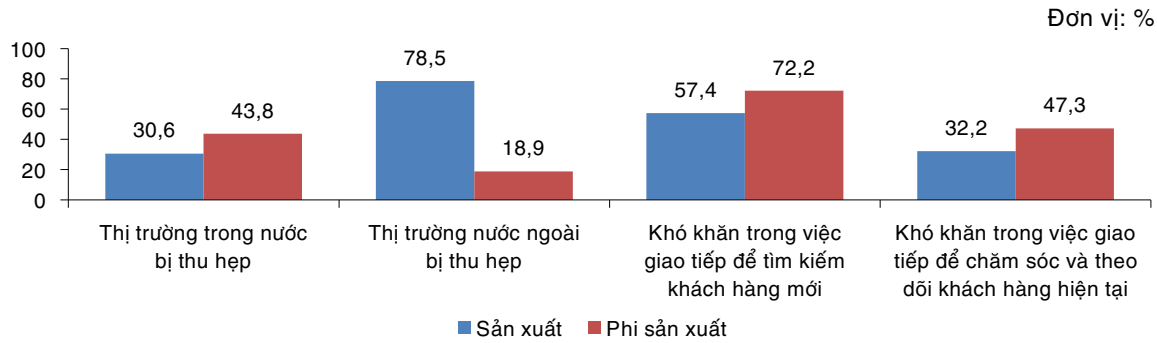


Nguồn: Khảo sát doanh nghiệp, VCCI, 2020

Hình 1.11. Tác động của Covid-19 tới hoạt động bán hàng của các nhóm doanh nghiệp phân theo quy mô doanh nghiệp

1.3.4. Các doanh nghiệp sản xuất bị thu hẹp thị trường trong nước nhiều hơn các doanh nghiệp phi sản xuất bởi Covid-19

So sánh ảnh hưởng của dịch Covid-19 đến các vấn đề liên quan đến hoạt động bán hàng của doanh nghiệp cho thấy nhóm doanh nghiệp thuộc lĩnh vực sản xuất bị ảnh hưởng lớn hơn nhóm doanh nghiệp thuộc lĩnh vực phi sản xuất trong vấn đề *thị trường nước ngoài bị thu hẹp (78,5%)*. Ngược lại, các doanh nghiệp thuộc lĩnh vực phi sản xuất lại bị dịch Covid-19 ảnh hưởng lớn hơn các doanh nghiệp thuộc lĩnh vực sản xuất trong các vấn đề *khó khăn trong việc giao tiếp để tìm kiếm khách hàng mới (72,2%), khó khăn trong việc giao tiếp để chăm sóc và theo dõi khách hàng hiện tại (47,3%), thị trường trong nước bị thu hẹp (43,8%).*



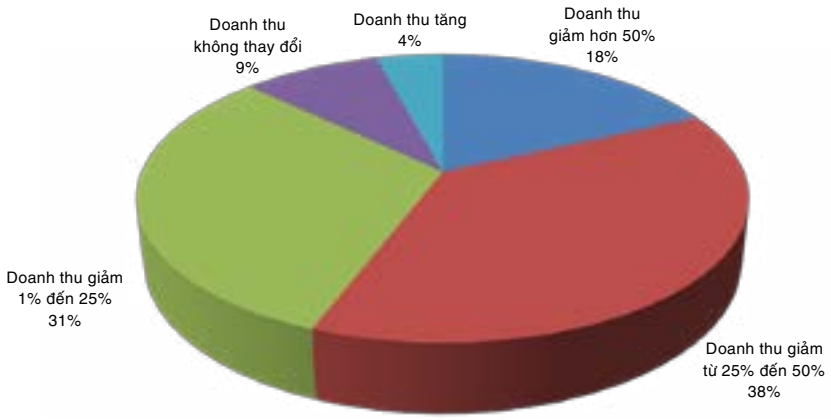
Nguồn: Khảo sát doanh nghiệp, VCCI, 2020

Hình 1.12. Tác động của Covid-19 tới hoạt động bán hàng của các nhóm doanh nghiệp phân theo lĩnh vực hoạt động

1.4. TÁC ĐỘNG CỦA COVID-19 ĐẾN DOANH THU CỦA DOANH NGHIỆP

1.4.1. Covid-19 làm hầu hết các doanh nghiệp bị giảm doanh thu, thậm chí gần 1/5 doanh nghiệp giảm hơn một nửa doanh thu trong 6 tháng đầu năm

Tình hình hoạt động của các doanh nghiệp hầu hết đều gặp rất nhiều khó khăn do Covid-19, do vậy doanh thu trong 6 tháng đầu năm của các doanh nghiệp cũng sụt giảm nghiêm trọng. Theo tổng hợp kết quả điều tra, tỷ lệ doanh nghiệp có mức doanh thu tăng đạt tỷ lệ rất thấp, với 4,2%. Còn lại có tới hơn 3/4 số doanh nghiệp có mức doanh thu giảm, trong đó doanh nghiệp có tỷ lệ giảm doanh thu từ 1%-25% và từ 25%-50% chiếm lần lượt là 31,3% và 37,7%. Có hơn 18% số doanh nghiệp giảm hơn 50% doanh thu bởi dịch bệnh. Những con số này đã cho thấy Covid-19 đã có tác động nghiêm trọng như thế nào đến các doanh nghiệp.



Nguồn: Khảo sát doanh nghiệp, VCCI, 2020

Hình 1.13. Tác động của Covid-19 đến doanh thu của doanh nghiệp

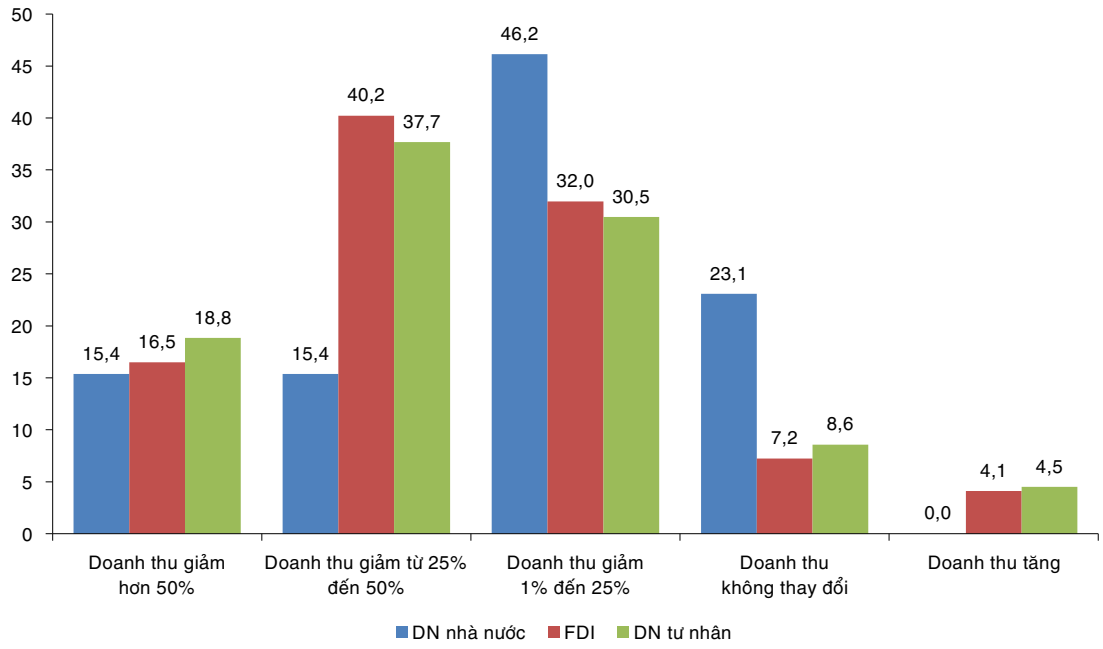
Hầu hết các doanh nghiệp hiện nay đều cho biết sản phẩm của doanh nghiệp sản xuất ra bán rất chậm hoặc thậm chí không bán được, lao động không có việc làm phải nghỉ làm hoặc lao động cầm chừng. Hơn nữa, thị trường xuất khẩu chủ yếu của các doanh nghiệp là Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc, EU và Hoa Kỳ là những nơi chịu ảnh hưởng nặng nề của Covid-19 làm thị trường bán lẻ đóng băng, khách hàng liên tục cắt giảm số lượng đơn của hàng chưa sản xuất, tạm dừng xuất hàng với các đơn hàng đã và đang sản xuất, đồng thời yêu cầu kéo dài thời gian thanh toán công nợ với các đơn hàng đã xuất, do vậy hàng hóa, thành phẩm tồn kho trong kho lớn. Các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ: vận tải, khách sạn, nhà hàng, du lịch… gặp rất nhiều khó khăn do sức mua sụt giảm, hạn chế đi lại nên chịu nhiều áp lực về tiền thuê mặt bằng, lãi suất vay ngân hàng.

1.4.2. Doanh thu của doanh nghiệp khu vực tư nhân và khu vực FDI bị tụt giảm nhiều hơn

Doanh thu của doanh nghiệp trong 6 tháng đầu năm 2020 (so với cùng kỳ 2019) có sự khác biệt nhất định giữa các loại hình doanh nghiệp. Nhóm doanh nghiệp nhà nước có tỷ lệ doanh nghiệp có doanh thu không thay đổi cao nhất so với các nhóm doanh nghiệp khác (23,1%). Hai nhóm doanh nghiệp FDI (7,2%) và nhóm doanh nghiệp khu vực tư nhân trong nước (8,6%) được xem là ngang nhau về tỷ lệ doanh nghiệp có doanh thu không thay đổi.

Ở chiều hướng bị giảm doanh thu thì hai nhóm doanh nghiệp FDI và nhóm doanh nghiệp khu vực tư nhân trong nước có tỷ lệ doanh nghiệp bị giảm doanh thu lớn hơn so với nhóm doanh nghiệp nhà nước. Cụ thể, đối với mức doanh thu bị giảm hơn 50% thì nhóm doanh nghiệp khu vực tư nhân trong nước có tỷ lệ doanh nghiệp cao nhất (18,8%); đối với mức doanh thu bị giảm từ 25% đến 50% thì nhóm doanh nghiệp FDI có tỷ lệ doanh nghiệp cao nhất (40,2%); đối với mức doanh thu bị giảm từ 1% đến 25% thì nhóm doanh nghiệp nhà nước có tỷ lệ doanh nghiệp cao nhất (46,2%).

Đơn vị: %



Nguồn: Khảo sát doanh nghiệp, VCCI, 2020

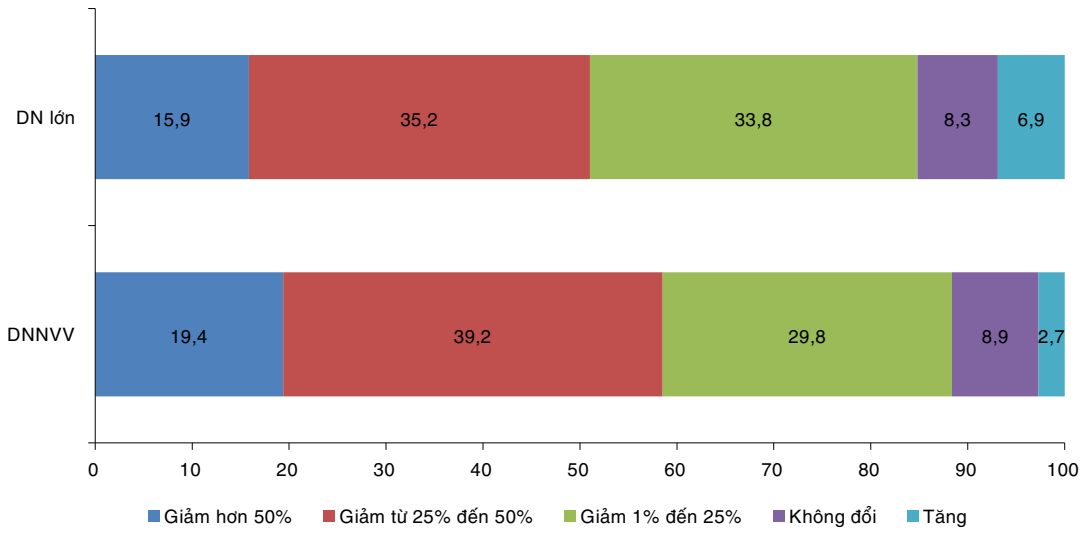
Hình 1.14. Tác động của Covid-19 tới doanh thu của các nhóm doanh nghiệp phân theo loại hình doanh nghiệp

1.4.3. Cả doanh nghiệp lớn và DNNVV đều giảm doanh thu do Covid-19

Doanh thu của doanh nghiệp trong 6 tháng đầu năm 2020 có sự khác biệt nhất định giữa các nhóm doanh nghiệp với quy mô lao động khác nhau nhưng sự khác biệt là không nhiều. Cả hai nhóm doanh nghiệp nhỏ và vừa và nhóm doanh nghiệp lớn có tỷ lệ doanh nghiệp có doanh thu không thay đổi khá ngang bằng nhau ở mức dao động từ 8,3 tới 8,9%.

Ở chiều hướng bị giảm doanh thu thì nhóm doanh nghiệp nhỏ và vừa có vẻ như bị dịch Covid-19 ảnh hưởng nhiều hơn so với nhóm doanh nghiệp lớn. Cụ thể, đối với mức doanh thu bị giảm hơn 50% hay mức doanh thu bị giảm từ 25% đến 50% thì nhóm doanh nghiệp nhỏ và vừa đều có tỷ lệ doanh nghiệp cao hơn nhóm doanh nghiệp lớn. Đối với mức doanh thu bị giảm từ 1% đến 25%, thì nhóm doanh nghiệp lớn lại có tỷ lệ doanh nghiệp cao hơn so với nhóm doanh nghiệp nhỏ và vừa.

Đơn vị:%



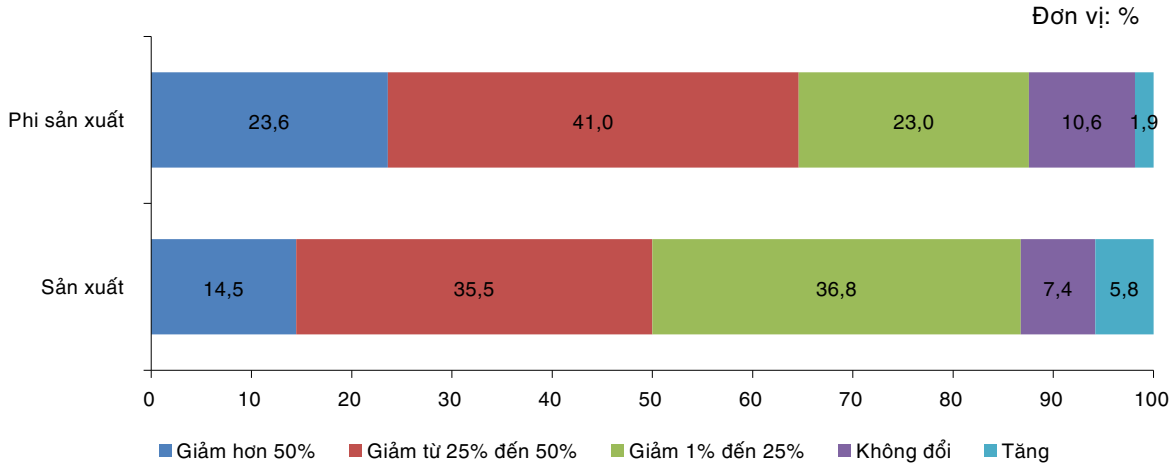
Nguồn: Khảo sát doanh nghiệp, VCCI, 2020

Hình 1.15. Tác động của Covid-19 tới doanh thu của các nhóm doanh nghiệp phân theo quy mô doanh nghiệp

1.4.4. Doanh thu của các doanh nghiệp lĩnh vực phi sản xuất chịu tác động nhiều hơn bởi Covid-19 so với các doanh nghiệp sản xuất

Doanh thu của doanh nghiệp trong 06 tháng đầu năm 2020 có sự khác biệt nhất định giữa các nhóm doanh nghiệp thuộc các lĩnh vực khác nhau. Nhóm doanh nghiệp thuộc lĩnh

vực phi sản xuất có vẻ như bị dịch Covid-19 ảnh hưởng nhiều hơn so với nhóm doanh nghiệp thuộc lĩnh vực sản xuất. Cụ thể, đối với mức doanh thu bị giảm hơn 50% hay mức doanh thu bị giảm từ 25% đến 50% thì nhóm doanh nghiệp thuộc lĩnh vực phi sản xuất đều có tỷ lệ doanh nghiệp cao hơn nhóm doanh nghiệp thuộc lĩnh vực sản xuất. Đối với mức doanh thu bị giảm từ 1% đến 25%, thì nhóm doanh nghiệp thuộc lĩnh vực sản xuất lại có tỷ lệ doanh nghiệp cao hơn so với nhóm doanh nghiệp thuộc lĩnh vực phi sản xuất.



Nguồn: Khảo sát doanh nghiệp, VCCI, 2020

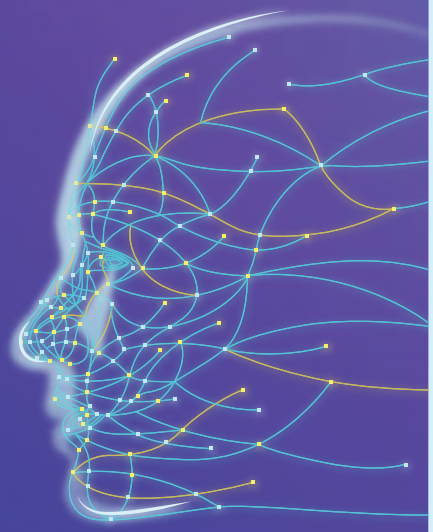
Hình 1.16. Tác động của Covid-19 tới doanh thu của các nhóm doanh nghiệp phân theo lĩnh vực hoạt động

VNPT

VNPT eKYC

electronic Know Your Customer

Giải pháp định danh điện tử



VALIDATION

V-CIP

FRAUD CHECK

ĐA NGÔN NGỮ

- Tăng trải nghiệm khách hàng
- Rút ngắn thời gian làm thủ tục
- Tiết kiệm chi phí vận hành
- Giải quyết vấn nạn giả mạo
- Minh bạch trong xác thực thông tin

Địa chỉ
57 Huỳnh Thúc Kháng, Đống Đa, TP. Hà Nội

Hotline
0889561166

Website eKYC
https://ekyc.vnpt.vn

Email
Contact_dx@vnpt.vn

Website
https://vnpt.com.vn/

VNPT EKYC - GIẢI PHÁP ĐỊNH DANH ĐIỆN TỬ MAKE IN VIET NAM

Định danh điện tử eKYC được nhận định là công nghệ không thể thiếu trong thời đại 4.0. Bởi vậy, giải pháp eKYC của VNPT sẽ giúp các doanh nghiệp tự tin bước vào quá trình chuyển đổi số, gia tăng lợi thế cạnh tranh trên thị trường.

eKYC (Electronic Know Your Customer) là phương thức định danh khách hàng điện tử, cho phép các doanh nghiệp có thể định danh khách 100% online. Theo đó, thay vì trực tiếp đến văn phòng, điểm giao dịch để đối chiếu chứng từ giấy, thì với eKYC, khách hàng có thể thực hiện việc xác thực thông tin ngay tại nhà, sử dụng dịch vụ của doanh nghiệp mọi lúc mọi nơi. Giải pháp này được nhận định là nền tảng thiết yếu để các doanh nghiệp tiến hành chuyển đổi số trong thời đại 4.0.

Là gói giải pháp định danh toàn diện, VNPT eKYC cung cấp 4 tính năng chính gồm: Kiểm tra gian lận, Xác thực giấy tờ, Xác thực chân dung và Phát hiện giấy tờ không đạt yêu cầu. Không chỉ vậy, giải pháp eKYC của VNPT còn có thêm các tính năng tùy chỉnh, phù hợp với yêu cầu của từng doanh nghiệp như: Định vị GPS; Lưu lại video call; Thay đổi nền video call và Hỗ trợ đa ngôn ngữ...

Để thực hiện những tính năng nổi bật này, VNPT đã phát triển giải pháp eKYC dựa trên công nghệ hiện đại nhất thế giới như Trí tuệ nhân tạo AI, Blockchain, Xác thực sinh trắc học (Biometrics Authentication),…

Trong đó, công nghệ AI được sử dụng để xác thực chân dung, dựa trên cơ chế so khớp khuôn mặt thật với khuôn mặt trên giấy tờ. Công nghệ này còn có chức năng bóc tách nội dung văn bản trên ảnh chụp các giấy tờ tùy thân để lưu vào cơ sở dữ liệu, giúp người dùng không phải thực hiện thao tác nhập dữ liệu thủ công. Đáng chú ý, các model AI được sử dụng trong giải pháp do đội ngũ kỹ sư của VNPT tự nghiên cứu, thiết kế và phát triển.

Ngoài ra, VNPT eKYC còn sử dụng công nghệ Blockchain để lưu trữ thông tin khách hàng trên nhiều nơi lưu trữ (Node) của hệ thống, thông tin giao dịch. Đặc biệt, tính năng của Blockchain cũng cho phép doanh nghiệp giám sát và so sánh dữ liệu gốc với dữ liệu đã bị sửa đổi, đảm bảo tính minh bạch, an toàn tuyệt đối cho khách hàng.

Với những tính năng ưu việt trên, gói giải pháp VNPT eKYC sẽ giúp các tổ chức, doanh nghiệp,… tiết kiệm thời gian, chi phí cũng như nâng cao độ chính xác thông tin so với phương pháp thủ công là dùng mắt thường để quan sát giấy tờ và so sánh chân dung thực tế của khách hàng.

Đặc biệt, trong bối cảnh xu hướng cá nhân hóa ngày càng được chú trọng, thì việc đưa vào sử dụng giải pháp eKYC sẽ giúp doanh nghiệp mang đến trải nghiệm dịch vụ tốt hơn cho khách hàng của mình. Từ đó, doanh nghiệp có thể tiếp cận thêm các khách hàng tiềm năng và nâng cao hiệu quả kinh doanh.

Giải pháp này đang được VNPT vận hành trên website *https://ekyc.vnpt.vn/* theo mô hình SaaS (Software-as-a-Service). Do vậy, doanh nghiệp có thể nhanh chóng triển khai dịch vụ tại mọi nơi, mọi lúc.

Cùng với đó, VNPT eKYC được hỗ trợ cho cả hai nền tảng Android và IOS, đáp ứng tối đa nhu cầu của khách hàng.

Giải pháp eKYC của VNPT đã nhận được nhiều giải thưởng trong và ngoài nước như: Giải thưởng Nhân tài Đất Việt 2019, Giải thưởng Đột phá trong Sử dụng Công nghệ vào chăm sóc khách hàng tại Stevie Awards châu Á - Thái Bình Dương 2020 và Hạng mục bảo mật truy cập & danh tính của Giải thưởng Stevie Awards Kinh doanh Quốc tế 2020.

CHƯƠNG 2

CHUYỂN ĐỔI SỐ CỦA DOANH NGHIỆP TRONG BỐI CẢNH COVID-19

2.1. QUAN ĐIỂM VÀ NHẬN THỨC CỦA DOANH NGHIỆP ĐỐI VỚI CÔNG NGHỆ SỐ

Chuyển đổi số là quá trình áp dụng các công nghệ tiên tiến để giải quyết các vấn đề của xã hội hay trong chính cuộc sống hàng ngày dựa trên nền tảng của việc số hóa dữ liệu, thông tin ở các ngành nghề khác nhau. Tại Việt Nam, quá trình chuyển đổi số đã bắt đầu diễn ra, nhất là trong những ngành như tài chính, giao thông, du lịch... Chính phủ và chính quyền các cấp đang nỗ lực xây dựng chính phủ điện tử hướng tới chính phủ số.

Đại dịch Covid-19 diễn ra với nhiều hậu quả khó lường với những sự thay đổi chưa từng có trong tiền lệ. Trong khi nhiều công ty buộc phải đóng cửa, cắt giảm nhân sự thì một số doanh nghiệp khác phải đối mặt và chấp nhận làm việc với môi trường ảo, toàn bộ mô hình hoạt động của công ty cũng được thay đổi hoàn toàn. Tác động từ dịch Covid-19 cũng tạo ra nhận thức mới, xu hướng chuyển dịch trong thị hiếu tiêu dùng, giao dịch thương mại mới trên nguyên tắc từ xa, hạn chế tiếp xúc; xuất hiện các ngành nghề kinh doanh trực tuyến mới dựa trên kinh tế số,... Đây được ví như là thời cơ, là cú huých trăm năm để doanh nghiệp nhận ra tính ưu việt của kinh tế số và yêu cầu cấp bách hơn nữa của quá trình chuyển đổi số.

Theo tinh thần của Quyết định số 749/QĐ-TTg ngày 03/6/2020 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chương trình Chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030, nhận thức đóng vai trò quyết định trong chuyển đổi số. Theo Bộ Thông tin và Truyền thông, chuyển đổi nhận thức là nhóm giải pháp hàng đầu tạo nền móng cho chuyển đổi số, trong đó, đặt ra yêu cầu chuyển đổi nhận thức về sứ mệnh, sự cần thiết, tính cấp bách của chuyển đổi số trong xã hội.

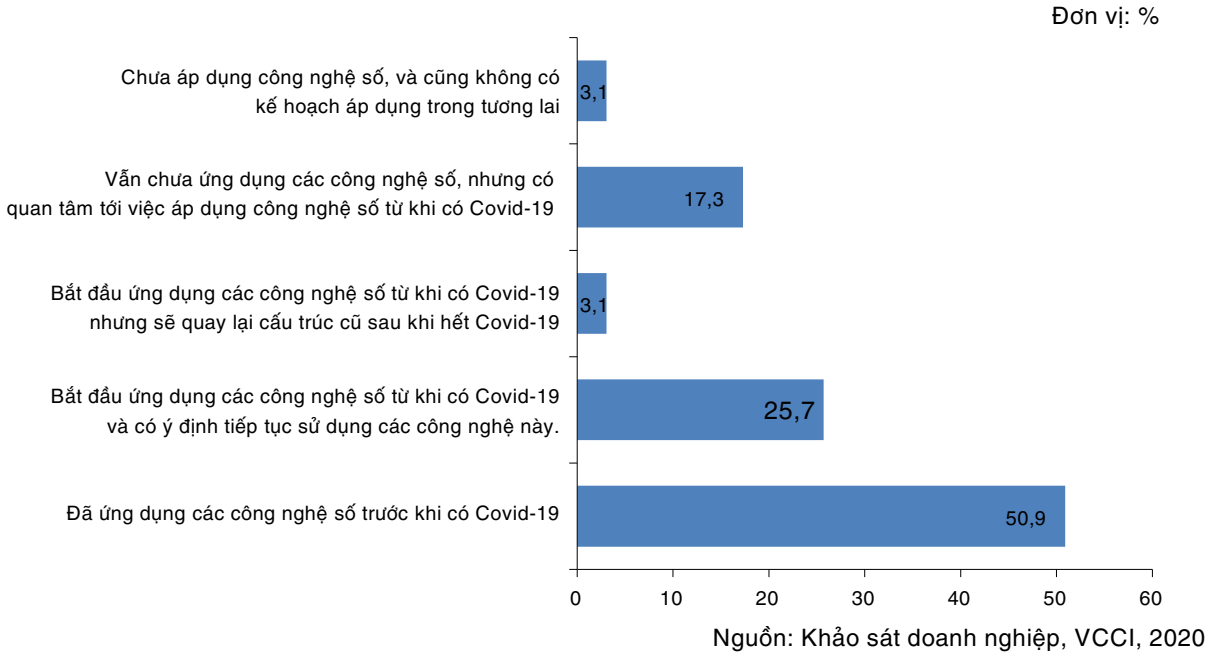
2.1.1. Các doanh nghiệp Việt Nam đã nhận thức được vai trò của việc ứng dụng các công nghệ số, nhất là trong bối cảnh Covid-19

Theo kết quả điều tra khảo sát, tín hiệu đáng mừng là có đến hơn 1/2 số doanh nghiệp cho biết họ đã ứng dụng các công nghệ số từ trước khi Covid-19 xảy ra. Chưa cần đến Covid-19, thì những ích lợi mà công nghệ số đem lại cho doanh nghiệp đã quá rõ ràng. Tại Việt Nam, Bộ Thông tin và Truyền thông cũng nhận định: Chuyển đổi số đang tác động ảnh hưởng sâu rộng đến cấu trúc và các mối quan hệ trong nền kinh tế toàn cầu. Với Việt Nam, áp lực từ công cuộc chuyển đổi số đang ngày càng gia tăng, thậm chí mang tính "sống còn" đối với sự tồn tại của nhiều doanh nghiệp. Những hiệu quả mà chuyển đổi số mang lại không chỉ là việc nâng cao năng suất, tối ưu hóa nguồn lực, gia tăng các

trải nghiệm của khách hàng mà còn là yếu tố giúp doanh nghiệp xây dựng được năng lực cạnh tranh, bắt kịp thời đại và dẫn đầu xu hướng. (Bộ Thông tin và Truyền thông, 2019)

Dịch bệnh Covid-19 bùng nổ đã gây ra hậu quả nặng nề đối với nền kinh tế, tạo ra cú huých mạnh mẽ khiến 25,7% số doanh nghiệp được khảo sát, trước đây chưa quan tâm đến việc áp dụng công nghệ số, đã bước đầu áp dụng và có ý định sẽ tiếp tục sử dụng những công nghệ này trong tương lai. Với tỷ lệ thấp hơn một chút, một số doanh nghiệp cho biết họ vẫn chưa ứng dụng công nghệ số nhưng có quan tâm tới việc áp dụng công nghệ số từ khi xảy ra Covid-19, chiếm 17,3%. Có thể thấy, tuy chưa thực sự thay đổi trong hành động, xong Covid-19 cũng đã góp phần chuyển biến nhận thức - yếu tố quan trọng hàng đầu, của một bộ phận doanh nghiệp về công cuộc chuyển đổi số.

Bên cạnh đó, một tỷ lệ nhỏ các doanh nghiệp được khảo sát cho biết họ đã bắt đầu sử dụng công nghệ số từ khi có Covid-19 nhưng sẽ quay lại cấu trúc cũ khi hết dịch bệnh (3,1%). Một số doanh nghiệp khác cho biết họ chưa áp dụng công nghệ số và cũng không có ý định áp dụng công nghệ số trong tương lai (3,1%). Chuyển đổi số đòi hỏi tổ chức phải có một quyết tâm thay đổi từ "gốc rễ", liên tục thách thức những thói quen, không ngừng thử nghiệm cái mới và học làm quen với thất bại. Chính vì thế, nhiều doanh nghiệp rất khó khăn trong quá trình chuyển đổi số vì không thể nào thay đổi được cách thức làm việc truyền thống đã tồn tại nhiều năm.

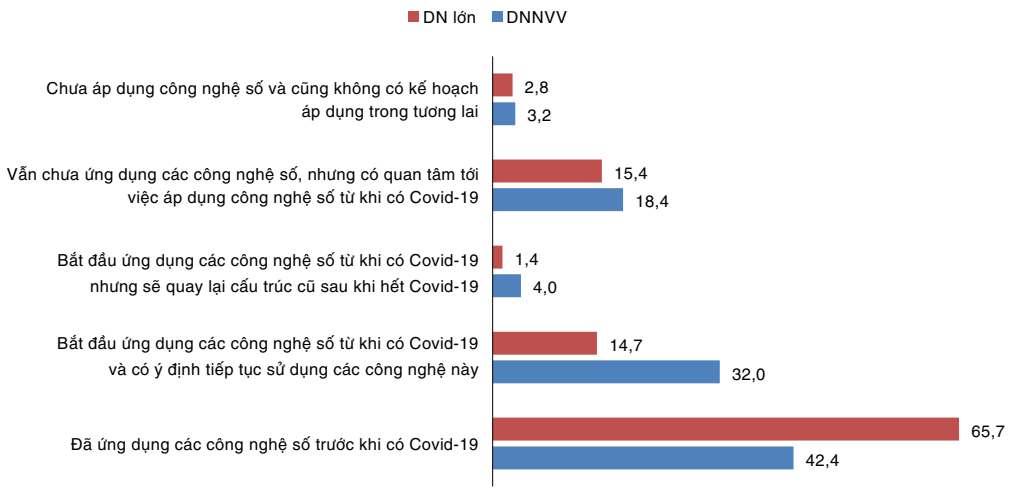


Hình 2.1. Quan điểm và nhận thức của doanh nghiệp đối với công nghệ số

2.1.2. Tỷ lệ các doanh nghiệp lớn ứng dụng các công nghệ số cao hơn, tuy nhiên các DNNVV cũng đã dần bắt kịp kể từ khi có Covid-19

Có thể thấy các doanh nghiệp lớn sớm nhận thức được vai trò của công nghệ số hơn các doanh nghiệp nhỏ và vừa. Với số liệu khảo sát, đối với khối các doanh nghiệp nhỏ và vừa có 42,4% doanh nghiệp đã ứng dụng công nghệ số trước khi có Covid-19, nhưng có tới 65,7% doanh nghiệp lớn đã ứng dụng công nghệ số trước khi có Covid-19. Phân tích số liệu cũng cho thấy Covid-19 đã tác động mạnh đến khối các doanh nghiệp đặc biệt đối với các doanh nghiệp nhỏ và vừa trong nhận thức tầm quan trọng đối với công nghệ số. Cụ thể, có 32% doanh nghiệp nhỏ và vừa và 14,7% doanh nghiệp lớn bắt đầu ứng dụng công nghệ số từ khi có dịch Covid-19 và sẽ có ý định tiếp tục sử dụng công nghệ này. Trong khi có một tỷ lệ nhỏ hơn nhiều khoảng 4% doanh nghiệp nhỏ và vừa và 1,4% doanh nghiệp lớn bắt đầu áp dụng công nghệ số từ khi có Covid-19, nhưng sẽ quay lại cấu trúc cũ sau khi hết Covid-19. Tuy nhiên, cũng có một tỷ lệ đáng kể khoảng 18,4% doanh nghiệp nhỏ và vừa, 15,4% doanh nghiệp lớn chưa áp dụng công nghệ số nhưng có quan tâm đến công nghệ số từ khi có Covid-19, đây cũng dấu hiệu đáng khả quan về quan điểm nhận thức của doanh nghiệp đối với công nghệ số. Một tỷ lệ nhỏ, khoảng 3,2% doanh nghiệp nhỏ và vừa và 2,8% doanh nghiệp lớn chưa áp dụng công nghệ số và cũng không có kế hoạch áp dụng trong tương lai. Như vậy, đại đa số các doanh nghiệp có quan điểm nhận thức cao đối với công nghệ số, doanh nghiệp lớn sớm có nhận thức đối với công nghệ số hơn doanh nghiệp nhỏ và vừa và Covid-19 đã các động đến đáng kể đến nhận thức công nghệ số của khối các doanh nghiệp nhỏ và vừa.

Đơn vị: %



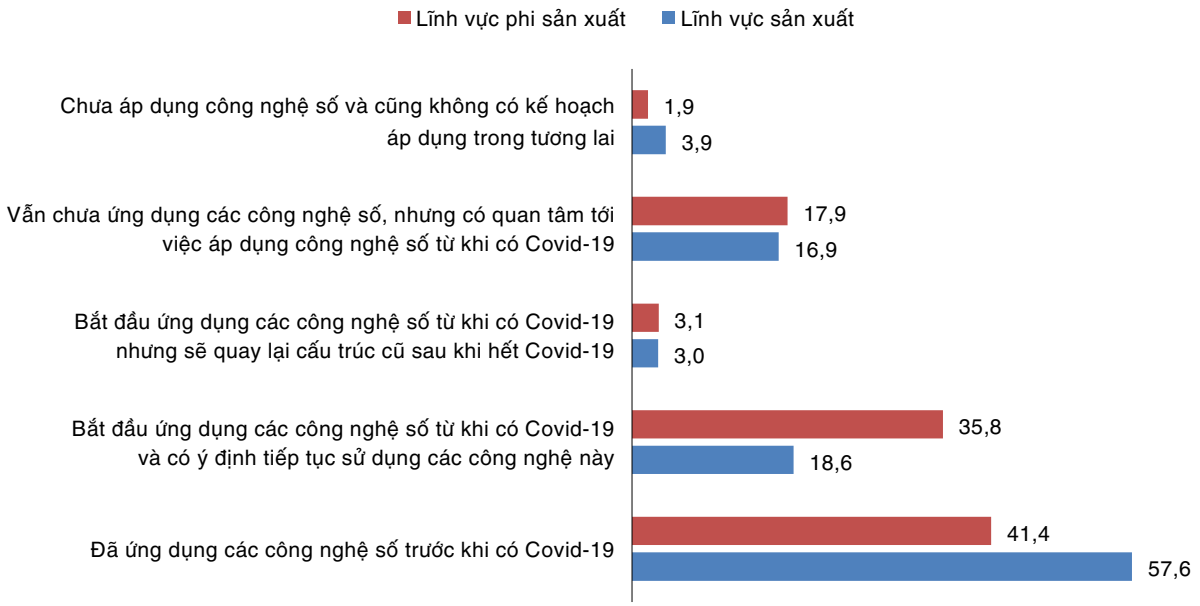
Nguồn: Khảo sát doanh nghiệp, VCCI, 2020

Hình 2.2. Quan điểm và nhận thức của doanh nghiệp đối với công nghệ số - Sự khác biệt giữa các doanh nghiệp theo quy mô

2.1.3. Các doanh nghiệp sản xuất đã sớm nhận thức về vai trò của việc ứng dụng công nghệ số

Từ phân tích số liệu khảo sát, có thể thấy một dấu hiệu đáng mừng là một tỷ khá lớn các doanh nghiệp sớm nhận thức được vai trò của công nghệ số, trong đó doanh nghiệp sản xuất sớm có nhận thức về công nghệ số hơn doanh nghiệp phi sản xuất. Với số liệu khảo sát, đối với khối các doanh nghiệp phi sản xuất có 41,4% doanh nghiệp đã ứng dụng công nghệ số trước khi có Covid-19, trong khi có tới 57,6% doanh nghiệp ngành sản xuất đã ứng dụng công nghệ số trước khi có Covid-19.

Đơn vị: %



Nguồn: Khảo sát doanh nghiệp, VCCI, 2020

Hình 2.3. Quan điểm và nhận thức của doanh nghiệp đối với công nghệ số - sự khác biệt giữa các doanh nghiệp theo lĩnh vực

Phân tích số liệu cũng cho thấy Covid-19 đã tác động mạnh đến khối các doanh nghiệp đặc biệt đối với các doanh nghiệp phi sản xuất trong nhận thức tầm quan trọng đối với công nghệ số. Cụ thể, có 35,8% doanh nghiệp phi sản xuất và có 18,6% doanh nghiệp sản xuất bắt đầu ứng dụng cộng nghệ số từ khi có dịch Covid-19 và sẽ có ý định tiếp tục sử dụng công nghệ này. Một tỷ lệ nhỏ hơn nhiều (khoảng 3%) doanh nghiệp ở các lĩnh vực sản xuất bắt đầu áp dụng công nghệ số từ khi có Covid-19, nhưng sẽ quay lại cấu trúc cũ sau khi hết Covid-19. Tuy nhiên, cũng có một tỷ lệ đáng kể khoảng 17,9% doanh nghiệp phi sản xuất, 16,9% doanh nghiệp sản xuất chưa áp dụng công nghệ số nhưng có quan

tâm đến công nghệ số từ khi có Covid-19, điều này một lần nữa khẳng định dấu hiệu đáng khả quan về quan điểm nhận thức của doanh nghiệp đối với công nghệ số. Một tỷ lệ nhỏ, khoảng 3,9% doanh nghiệp sản xuất và 1,9% doanh nghiệp phi sản xuất chưa áp dụng công nghệ số và cũng không có kế hoạch áp dụng trong tương lai.

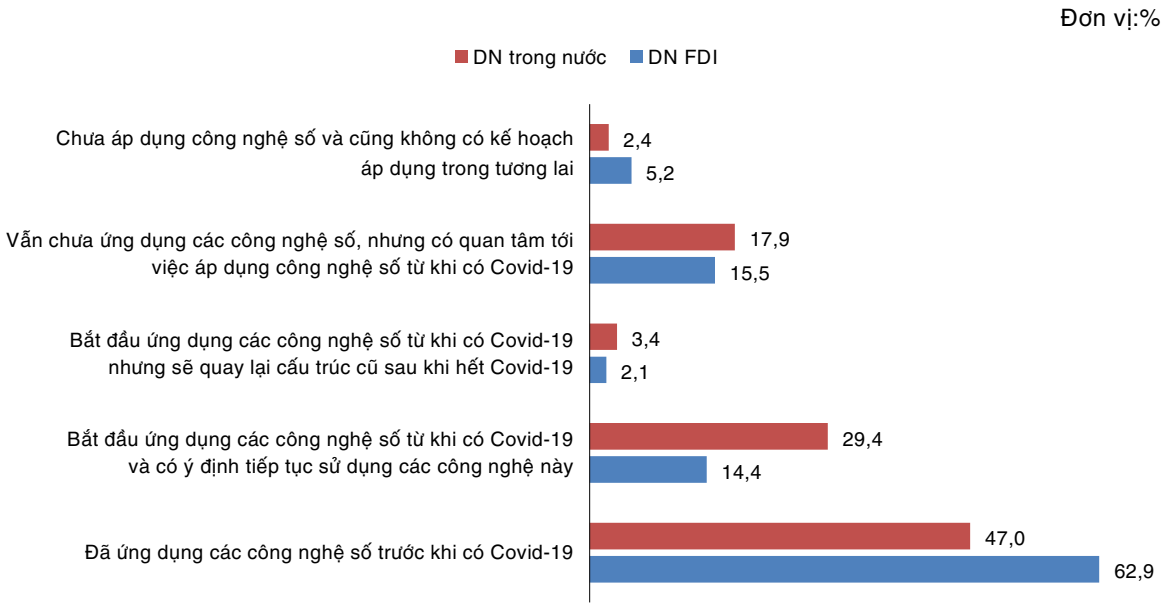
Như vậy, đại đa số các doanh nghiệp có quan điểm nhận thức cao đối với công nghệ số, các doanh nghiệp sản xuất sớm có nhận thức đối với công nghệ số hơn doanh nghiệp phi sản xuất và Covid-19 đã tác động đáng kể đến nhận thức công nghệ số đối với doanh nghiệp phi sản xuất.

2.1.4. Các doanh nghiệp FDI sớm có nhận thức về công nghệ số, nhưng Covid-19 cũng thúc đẩy nhận thức của các doanh nghiệp trong nước

Doanh nghiệp FDI sớm có nhận thức về công nghệ số hơn doanh nghiệp trong nước. Với số liệu khảo sát, đối với khối các doanh nghiệp FDI có khoảng 62,9% doanh nghiệp đã ứng dụng công nghệ số trước khi có Covid-19, có khoảng 47% doanh nghiệp trong nước đã ứng dụng công nghệ số trước khi có Covid-19.

Phân tích số liệu cũng cho thấy Covid-19 đã tác động mạnh đến khối các doanh nghiệp đặc biệt đối với các doanh nghiệp trong nước về nhận thức tầm quan trọng đối với công nghệ số. Cụ thể, có 14,4% doanh nghiệp FDI và có tới 29,4% doanh nghiệp trong nước bắt đầu ứng dụng công nghệ số từ khi có dịch Covid-19 và sẽ có ý định tiếp tục sử dụng công nghệ này. Một tỷ lệ nhỏ hơn nhiều, khoảng 2,1% doanh nghiệp FDI và 3,4% doanh nghiệp trong nước bắt đầu áp dụng công nghệ số từ khi có Covid-19, nhưng sẽ quay lại cấu trúc cũ sau khi hết Covid-19. Tuy nhiên, cũng có một tỷ lệ đáng kể khoảng 15,5% doanh nghiệp FDI, 17,9% doanh nghiệp trong nước chưa áp dụng công nghệ số nhưng có quan tâm đến công nghệ số từ khi có Covid-19, điều này một lần nữa khẳng định dấu hiệu đáng khả quan về quan điểm nhận thức của doanh nghiệp đối với công nghệ số. Một tỷ lệ nhỏ, khoảng 5% doanh nghiệp FDI và 2% doanh nghiệp trong nước chưa áp dụng công nghệ số và cũng không có kế hoạch áp dụng trong tương lai.

Như vậy, đại đa số các doanh nghiệp có quan điểm nhận thức cao đối với công nghệ số, các doanh nghiệp FDI sớm có nhận thức đối với công nghệ số hơn doanh nghiệp trong nước và Covid-19 đã các động đến đáng kể đến nhận thức công nghệ số đối với doanh nghiệp trong nước.



Nguồn: Khảo sát doanh nghiệp, VCCI, 2020

Hình 2.4. Quan điểm và nhận thức của doanh nghiệp đối với công nghệ số - sự khác biệt giữa các doanh nghiệp theo loại hình doanh nghiệp

2.2. THỰC TRẠNG ỨNG DỤNG CÔNG CỤ KỸ THUẬT SỐ TRONG DOANH NGHIỆP TẠI VIỆT NAM

2.2.1. Ứng dụng công cụ kỹ thuật số chung trong doanh nghiệp

Chuyển đổi số đang là đề tài nóng nhất hiện nay, không chỉ đối với Việt Nam mà còn với cả với quốc tế. Trào lưu này mới xuất hiện khoảng hơn 10 năm nay và ngày càng khẳng định như một xu thế phát triển tất yếu của thời đại. Nó trở thành thước đo của cuộc cạnh tranh khốc liệt xem ai sẽ vượt lên trước và ai sẽ là kẻ tụt hậu. Đối với các doanh nghiệp, chuyển đổi số chính là việc ứng dụng các công nghệ số vào các khâu trong hoạt động của doanh nghiệp.

Theo kết quả khảo sát, các doanh nghiệp Việt Nam cũng đã bắt đầu nhận thức và ứng dụng các công nghệ số vào các khâu như quản trị nội bộ, mua hàng, logistics, sản xuất, marketing, bán hàng và thanh toán.

Trước khi có đại dịch Covid-19 xuất hiện, rất nhiều khâu trong hoạt động của doanh nghiệp đã được ứng dụng công nghệ số, như việc thanh toán điện tử trong mua hoặc bán hàng, sử dụng mạng xã hội trong các chiến dịch marketing, các phần mềm quản lý kho

hàng, giao nhận trong hoạt động logistics, dịch vụ điện toán đám mây trong quản trị nội bộ hay thương mại điện tử trong bán hàng.

Đại dịch Covid-19 xuất hiện, với những hạn chế tiếp xúc và việc phát thực hiện các biện pháp dãn cách xã hội đã buộc các doanh nghiệp phải ứng dụng nhiều hơn các công nghệ số trong hoạt động của mình, nhất là trong quản trị nội bộ, thanh toán điện tử, marketing trực tuyến. Trong một số hoạt động, Covid-19 đã khiến tỷ lệ các doanh nghiệp ứng dụng các công nghệ số cao gần bằng tỷ lệ doanh nghiệp đã ứng dụng trong thời gian dài trước đây, cụ thể như trong quản lý nhân sự từ xa, hội nghị trực tuyến, học trực tuyến, phê duyệt nội bộ,…

Bảng 2.1. Ứng dụng công nghệ số trong doanh nghiệp Việt Nam

Đơn vị: %

Nhóm	Công cụ kỹ thuật số	Công nghệ số đã sử dụng trước Covid-19	Công nghệ số mới được sử dụng khi có Covid-19
Quản trị nội bộ	Hệ thống quản lý nhân sự từ xa	20,75	16,25
	Hệ thống quản lý công việc & quy trình	28,43	17,96
	Hệ thống hội nghị trực tuyến	32,17	19,75
	Dịch vụ điện toán đám mây: chia sẻ tệp/dữ liệu	41,25	19,50
	Hệ thống phê duyệt nội bộ	19,20	11,25
	Học trực tuyến	14,21	11,25
Mua hàng	Trao đổi dữ liệu điện tử	21,95	6,00
	Thanh toán điện tử	52,24	14,54
Logistic	Phần mềm quản lý giao nhận hàng hóa/chứng từ	39,25	7,25
	Phần mềm quản lý kho hàng	44,64	11,75

Nhóm	Công cụ kỹ thuật số	Công nghệ số đã sử dụng trước Covid-19	Công nghệ số mới được sử dụng khi có Covid-19
Sản xuất	Thiết bị IoT	7,00	3,25
	Rô bốt/Dây chuyền tự động hóa	8,48	3,00
	Hệ thống điều hành sản xuất nhà máy	9,02	3,00
	Hệ thống hoạch định nguồn lực doanh nghiệp	14,46	6,00
Marketing	Hệ thống hội nghị trực tuyến	26,87	10,25
	Mạng xã hội	40,55	9,75
	Thương mại điện tử	38,56	8,75
Bán hàng	Trao đổi dữ liệu điện tử	20,20	3,50
	Mạng xã hội	36,57	8,75
	Thương mại điện tử	39,30	9,00
	Thanh toán điện tử	54,23	8,29

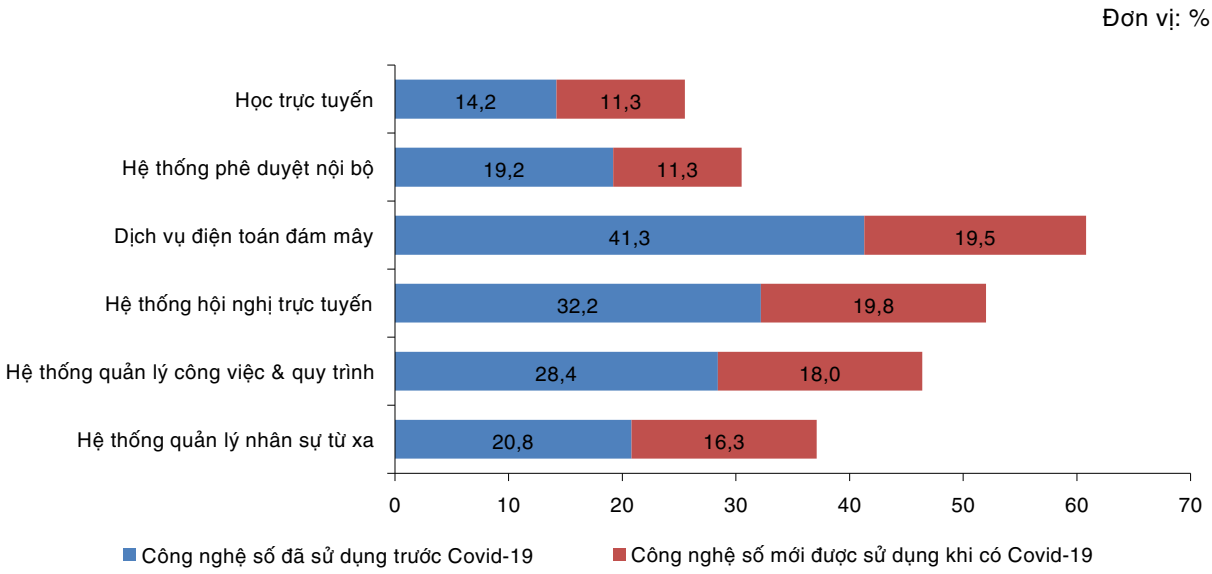
Nguồn: Khảo sát doanh nghiệp, VCCI, 2020

Chi tiết thực trạng ứng dụng công nghệ số trong các khâu của hoạt động sản xuất - kinh doanh của doanh nghiệp sẽ được trình bày cụ thể ở các mục tiếp theo.

2.2.1. Ứng dụng công cụ kỹ thuật số trong quản trị nội bộ

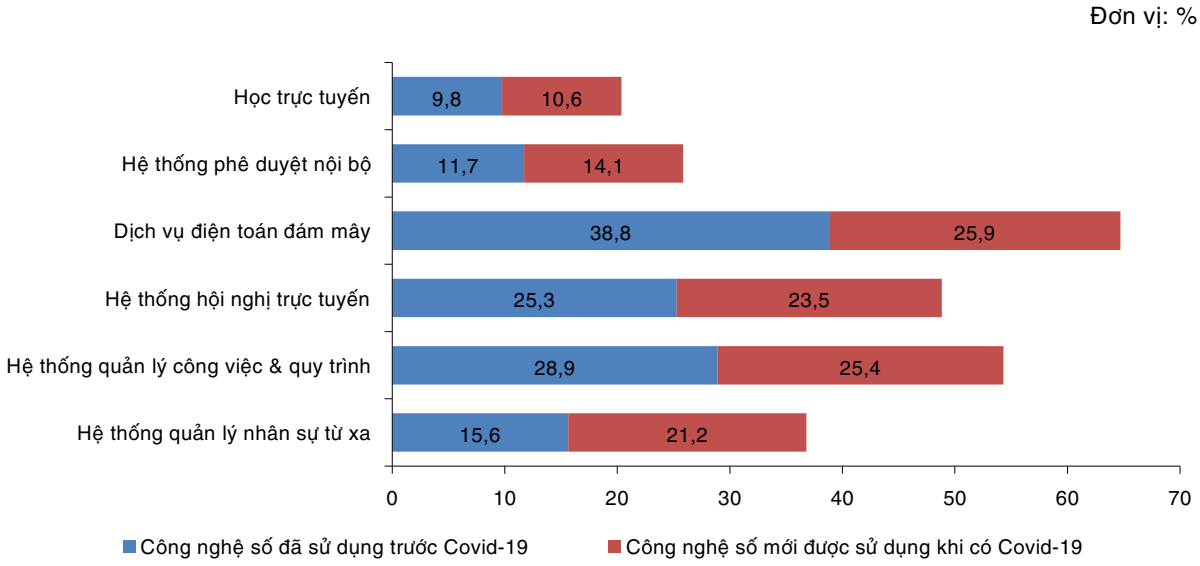
Theo tổng hợp kết quả khảo sát thu được, trong lĩnh vực quản trị nội bộ, điện toán đám mây là công cụ kỹ thuật được nhiều doanh nghiệp Việt Nam sử dụng trước, trong và sau Covid-19 nhất, với 41,3% số doanh nghiệp đã áp dụng trước khi dịch bệnh xảy ra, 19,5% doanh nghiệp mới sủ dụng từ khi có Covid-19.

Đứng kế tiếp là hệ thống hội nghị trực tuyến và hệ thống quản lý công việc và quy trình với xấp xỉ 30% số doanh nghiệp đã ứng dụng các công cụ này trong hoạt động của doanh nghiệp trước khi có Covid-19 và xấp xỉ 19% số doanh nghiệp đã bắt đầu sử dụng các công cụ này từ khi có dịch bệnh.



Nguồn: Khảo sát doanh nghiệp, VCCI, 2020

Hình 2.5. Thực trạng ứng dụng công cụ kỹ thuật số của doanh nghiệp trong quản trị nội bộ



Nguồn: Khảo sát doanh nghiệp, VCCI, 2020

Hình 2.6. Thực trạng ứng dụng công cụ kỹ thuật số trong quản trị nội bộ của doanh nghiệp nhỏ và vừa

Hệ thống quản lý nhân sự từ xa và hệ thống phê duyệt nội bộ tuy đã được một số doanh nghiệp sử dụng trước và trong khi có Covid-19 xảy ra với xấp xỉ 20%. Học trực tuyến là

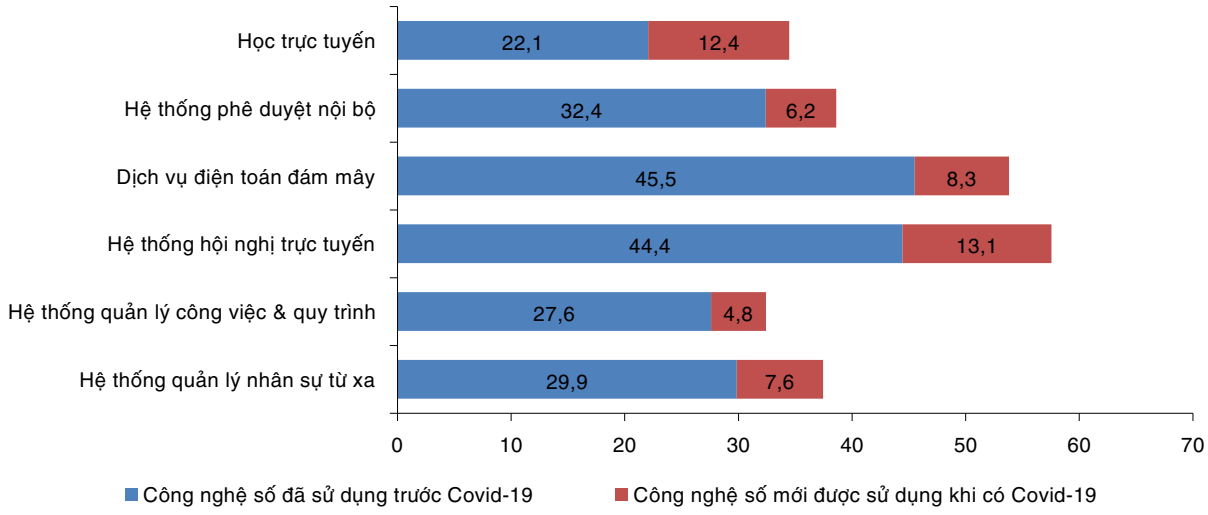
công cụ có ít doanh nghiệp sử dụng nhất với 14,2% số doanh nghiệp đã áp dụng trước khi Covid-19 xảy ra, 11,3% mới áp dụng kể từ khi Covid-19. Trong doanh nghiệp, yếu tố giao tiếp là chìa khóa quan trọng giúp công việc được thực hiện suôn sẻ và trơn tru, đặc biệt là làm gia tăng sự kết nối giữa các thành viên, đồng thời giúp lãnh đạo quản lý tốt hơn năng suất của nhân viên.

Thực trạng ứng dụng công cụ kỹ thuật số của doanh nghiệp trong quản trị nội bộ doanh nghiệp nhỏ và vừa được mô tả như hình 2.6.

Từ phân tích dữ liệu có thể thấy dịch vụ điện toán đám mây đang được khối các doanh nghiệp nhỏ và vừa đánh giá quan trọng trong lĩnh vực quản trị nội bộ trước, trong và sau giai đoạn Covid-19 xảy ra. Đặc biệt, Covid-19 đã thúc đẩy các doanh nghiệp nhỏ và vừa thay đổi cấu trúc quản trị nội bộ. Theo số liệu khảo sát, một tỷ lệ đáng kể khoảng 25,9% doanh nghiệp áp dụng dịch vụ điện toán đám mây, 25,4% doanh nghiệp áp dụng hệ thống quản lý công việc và quy trình, 23,5% doanh nghiệp áp dụng hội nghị trực tuyến, 21,2% doanh nghiệp áp dụng hệ thống quản lý nhân sự từ xa khi có Covid-19.

Thực trạng ứng dụng công cụ kỹ thuật số của doanh nghiệp trong quản trị nội bộ doanh nghiệp lớn được mô tả như hình 2.7.

Đơn vị: %



Nguồn: Khảo sát doanh nghiệp, VCCI, 2020

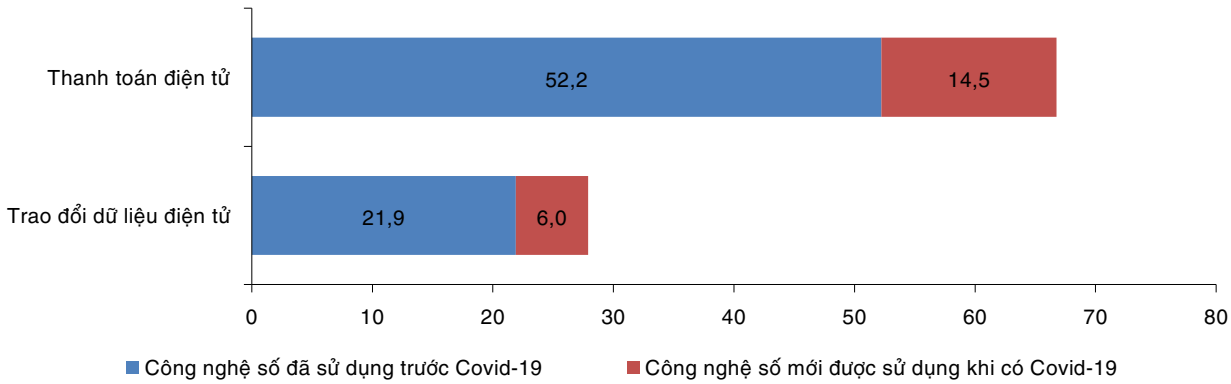
Hình 2.7. Thực trạng ứng dụng công cụ kỹ thuật số trong quản trị nội bộ của doanh nghiệp lớn

Từ phân tích dữ liệu có thể thấy công nghệ số được các doanh nghiệp lớn đánh giá quan trọng trong lĩnh vực quản trị nội bộ là dịch vụ điện toán đám mây và hệ thống hội nghị trực tuyến. Phân tích số liệu cũng cho thấy mặc dù Covid-19 đã tác động đến toàn bộ đến các nền kinh tế cũng như đến các doanh nghiệp nhưng tác động nhiều hơn đến các DNNVV so với các doanh nghiệp lớn, nhất là về lĩnh vực quản trị nội bộ. Điều này là do có tỷ lệ lớn doanh nghiệp đã sớm ứng dụng công nghệ số từ trước thời điểm dịch bệnh, nên khi Covid-19 xảy đến cũng không làm thay đổi nhiều về thực trạng ứng dụng công cụ kỹ thuật số trong các doanh nghiệp lớn, chỉ làm tăng thêm một lượng nhỏ doanh nghiệp ứng dụng công nghệ số.

2.2.2. Ứng dụng công cụ kỹ thuật số trong mua hàng

Trong lĩnh vực mua hàng, thanh toán điện tử là công cụ được doanh nghiệp áp dụng nhiều nhất với 52,2% số doanh nghiệp đã sử dụng trước khi Covid-19 xảy ra, 14,5% số doanh nghiệp bắt đầu áp dụng công cụ này từ khi có Covid-19. Thanh toán không dùng tiền mặt là Chủ trương mà lâu nay chính phủ Việt Nam vẫn luôn đẩy mạnh triển khai. Quyết định số 2545/QĐ-TTg ngày 30/12/2016 của Thủ tướng Chính Phủ phê duyệt Đề án phát triển thanh toán không dùng tiền mặt tại Việt Nam giai đoạn 2016 - 2020, đã làm thay đổi thói quen sử dụng tiền mặt sang sử dụng các phương tiện thanh toán không dùng tiền mặt, phương thức thanh toán điện tử. Hoạt động thanh toán không dùng tiền mặt tại Việt Nam trong thời gian qua cũng đã có sự phát triển mạnh mẽ, hình thành nên nhiều công ty công nghệ hỗ trợ dịch vụ thanh toán, tổ chức trung gian thanh toán. Môi trường pháp lý cho hoạt động này ngày càng hoàn thiện hơn. Vì thế, các doanh nghiệp cũng không thể đứng ngoài cuộc trước xu thế thay đổi này của nền kinh tế.

Đơn vị: %

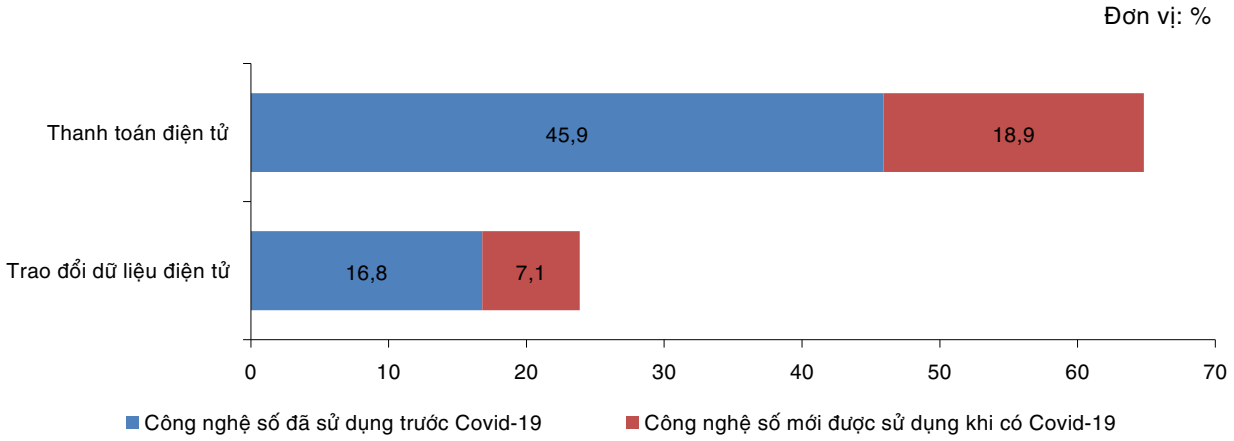


Nguồn: Khảo sát doanh nghiệp, VCCI, 2020

Hình 2.8. Thực trạng ứng dụng công cụ kỹ thuật số của doanh nghiệp trong mua hàng

Trao đổi dữ liệu điện tử cũng là một công cụ kỹ thuật số được sử dụng để hỗ trợ hoạt động mua hàng của doanh nghiệp. Tuy nhiên, theo khảo sát, tỷ lệ doanh nghiệp áp dụng công cụ này chiếm tỷ lệ không cao, chỉ 21,9% đã áp dụng trước Covid-19, 6% bắt đầu áp dụng khi có Covid-19. Có thể nhận thấy rằng, tại Việt Nam, bảo mật thông tin trên nền tảng trực tuyến vẫn còn chứa đựng nhiều rủi ro như mất mát dữ liệu, các vấn đề liên quan đến an ninh và sự riêng tư của dữ liệu, là yếu tố khiến doanh nghiệp còn nhiều e ngại trong việc áp dụng công cụ này.

Thực trạng ứng dụng công cụ kỹ thuật số trong mua hàng của doanh nghiệp nhỏ và vừa được mô tả như hình 2.9.

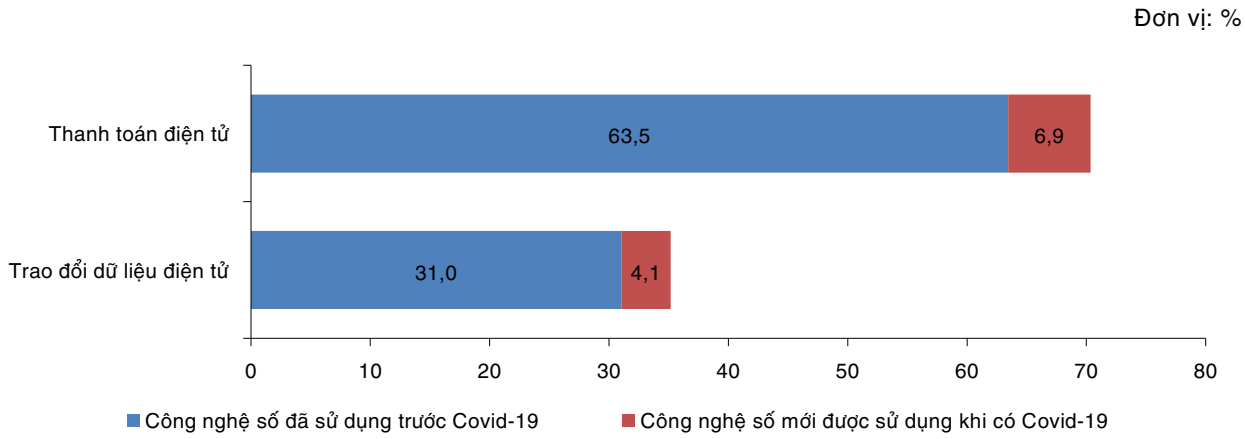


Nguồn: Khảo sát doanh nghiệp, VCCI, 2020

Hình 2.9. Thực trạng ứng dụng công cụ kỹ thuật số của doanh nghiệp nhỏ và vừa trong mua hàng

Trong khối các doanh nghiệp nhỏ và vừa công cụ thanh toán điện tử được áp dụng cao hơn nhiều so với trao đổi dữ liệu điện tử. Trước Covid-19 có khoảng 45,9% doanh nghiệp ứng dụng công cụ này và khi có Covid-19 tỷ lệ doanh nghiệp ứng dụng nó tăng đáng kể khoảng 18,9% doanh nghiệp ứng dụng mới.

Thực trạng ứng dụng công cụ kỹ thuật số trong mua hàng của doanh nghiệp lớn được mô tả như hình 2.10.



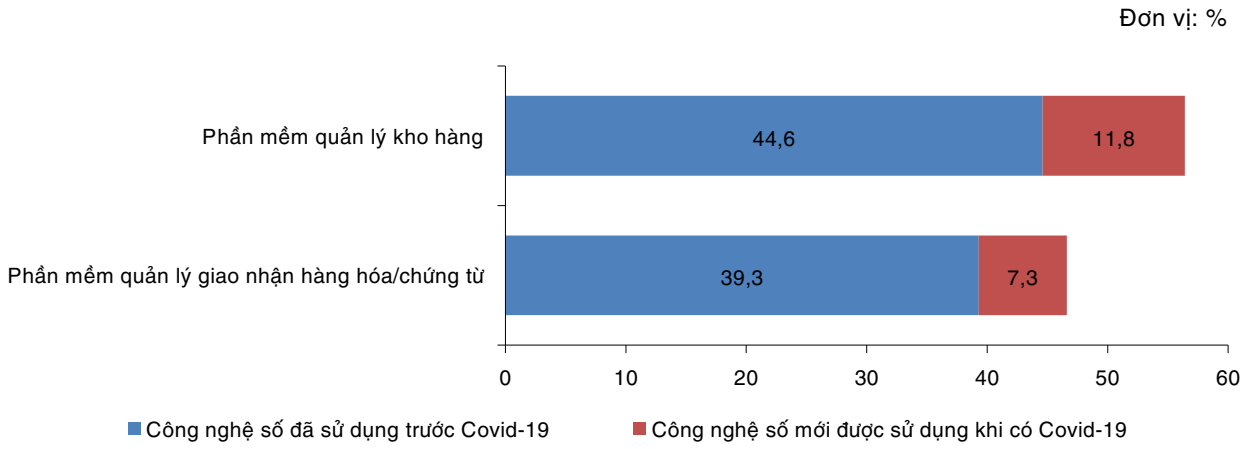
Nguồn: Khảo sát doanh nghiệp, VCCI, 2020

Hình 2.10. Thực trạng ứng dụng công cụ kỹ thuật số của doanh nghiệp lớn trong mua hàng

Trong khối các doanh nghiệp lớn công cụ thanh toán điện tử được áp dụng cao gấp đôi so với trao đổi dữ liệu điện tử. Trước Covid-19 có khoảng 64% doanh nghiệp ứng dụng công cụ này, trong khi có 31% doanh nghiệp ứng dụng công nghệ trao đổi dữ liệu. Covid-19 không ảnh hưởng nhiều đến lĩnh vực bán hàng của doanh nghiệp lớn, tỷ lệ doanh nghiệp ứng dụng nó tăng không đáng kể khoảng 7% doanh nghiệp mới áp dụng khi có Covid-19.

2.2.3. Ứng dụng công cụ kỹ thuật số trong hoạt động logistic

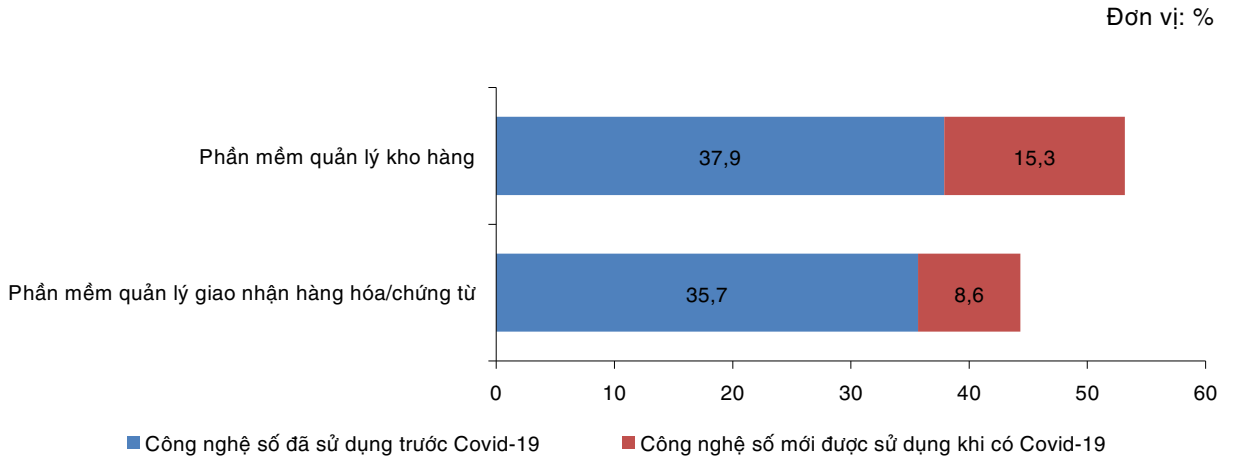
Nhìn chung, trong hoạt động Logistic, phần mềm quản lý giao nhận hàng hóa/chứng từ và phần mềm quản lý kho hàng là hai công cụ kỹ thuật số quen thuộc và được sử dụng trong nhiều các doanh nghiệp từ trước khi có Covid-19, chiếm tỷ lệ lần lượt là 39,3% và 44,6%. Các quy định về dãn cách xã hội, hạn chế tập trung, ưu tiên làm việc tại nhà trong thời điểm dịch bệnh Covid-19 đã đặt ra nhiều trở ngại trong công tác quản lý các hoạt động sản xuất kinh doanh, vì thế cũng là động lực để một số doanh nghiệp bắt đầu ứng dụng công nghệ vào trong quy trình logistic của mình, với 11,8% doanh nghiệp bắt đầu sử dụng phần mềm quản lý kho hàng từ khi có Covid-19 và 7,3% đối với phần mềm quản lý giao nhận hàng hóa/chứng từ.



Nguồn: Khảo sát doanh nghiệp, VCCI, 2020

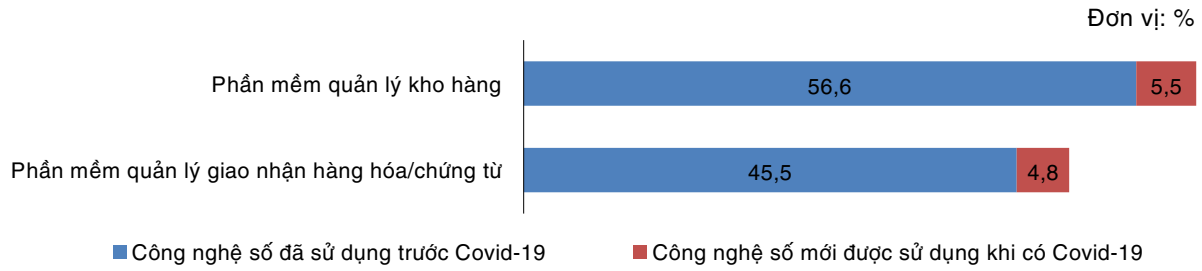
Hình 2.11. Thực trạng ứng dụng công cụ kỹ thuật số của doanh nghiệp trong hoạt động logistic

Phân tích số liệu cho thấy doanh nghiệp nhỏ và vừa đã ý thức được tầm quan trọng của công nghệ số trong lĩnh vực logistic, trước khi Covid-19 có tới 35-37% doanh nghiệp đã áp dụng công nghệ số, dịch bệnh Covid-19 không ảnh hưởng quá lớn đến ứng dụng công nghệ số trong lĩnh vực logistic của doanh nghiệp nhỏ và vừa. Tuy nhiên, dịch bệnh Covid-19 cũng giúp các doanh nghiệp, nhận thức được tầm quan trọng của công cụ kỹ thuật số trong lĩnh vực logistic, tỷ lệ các doanh nghiệp xem xét sử dụng công cụ kỹ thuật số trong năm nay và vẫn được sử dụng sau Covid-19 khá cao.



Nguồn: Khảo sát doanh nghiệp, VCCI, 2020

Hình 2.12. Thực trạng ứng dụng công cụ kỹ thuật số của doanh nghiệp nhỏ và vừa trong hoạt động logistic



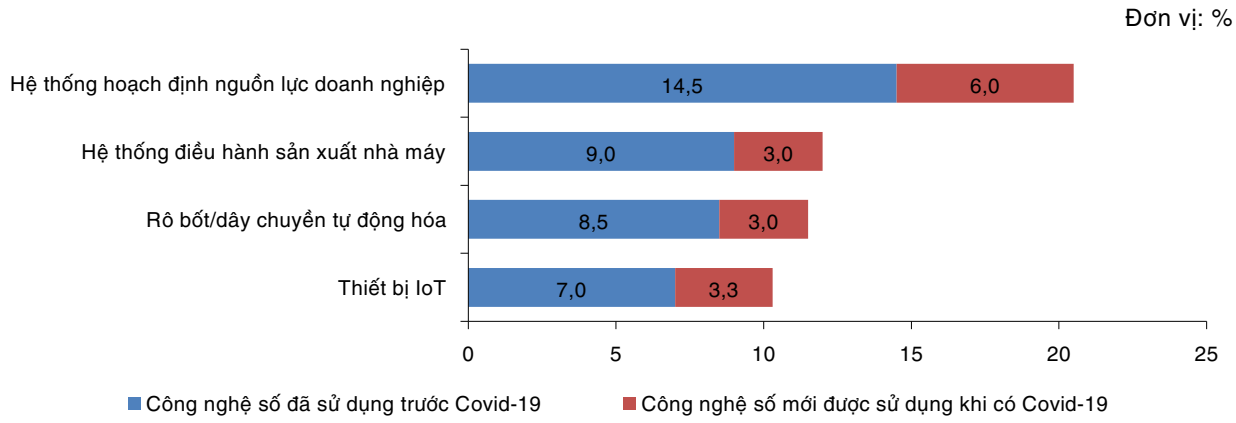
Nguồn: Khảo sát doanh nghiệp, VCCI, 2020

Hình 2.13. Thực trạng ứng dụng công cụ kỹ thuật số của doanh nghiệp lớn trong hoạt động logistic

Cũng như doanh nghiệp nhỏ và vừa, các doanh nghiệp lớn đã nhận thức được tầm quan trọng của công nghệ số trong lĩnh vực logistic, trước khi Covid-19 có tới 45-56% doanh nghiệp đã áp dụng công nghệ số. Dịch bệnh Covid-19 không ảnh hưởng quá lớn đến ứng dụng công nghệ số trong lĩnh vực logistic của doanh nghiệp lớn, mặc dù vậy các doanh nghiệp vẫn ý nhận thức được vai trò của công cụ kỹ thuật số trong lĩnh vực logistic vì tỷ lệ doanh nghiệp xem xét sử dụng công nghệ trong năm nay và vẫn được sử dụng sau Covid-19 lớn hơn rất nhiều trong giai đoạn Covid-19.

2.2.4. Ứng dụng công cụ kỹ thuật số trong sản xuất

Hệ thống hoạch định nguồn lực doanh nghiệp ERP là công cụ kỹ thuật số được các doanh nghiệp áp dụng với tỷ lệ cao vào trong hoạt động sản xuất của mình, với 14,5% doanh nghiệp đã áp dụng từ trước Covid-19. ERP được biết đến là công cụ do phần mềm máy tính hỗ trợ và thực hiện các quy trình xử lý một cách tự động, giúp cho doanh nghiệp quản lý một cách có hệ thống các hoạt động chủ chốt, như kế toán, phân tích tài chính, quản lý mua hàng, quản lý tồn kho, quản lý nhân sự,… Hiện nay, trào lưu triển khai phần mềm quản trị doanh nghiệp trong các doanh nghiệp bắt đầu phát triển. Việc ứng dụng ERP đã mang lại nhiều hiệu quả tích cực cho các doanh nghiệp, đặc biệt làm tăng hiệu quả của hoạt động quản lý lên rất nhiều trong hoàn cảnh Covid-19 đặt ra những rào cản về tiếp xúc và trao đổi công việc giữa các bộ phận trong doanh nghiệp. Tuy vậy, công cụ này cũng đặt ra yêu cầu về sở hữu nguồn nhân lực trình độ cao và chi phí đầu tư lớn, khiến nhiều doanh nghiệp mới chỉ dự định sẽ áp dụng chứ chưa triển khai trong thực tế, trong khi một số doanh nghiệp khác quyết định sẽ ngưng sử dụng công cụ này sau khi Covid-19 qua đi.



Nguồn: Khảo sát doanh nghiệp, VCCI, 2020

Hình 2.14. Thực trạng ứng dụng công cụ kỹ thuật số của doanh nghiệp trong sản xuất

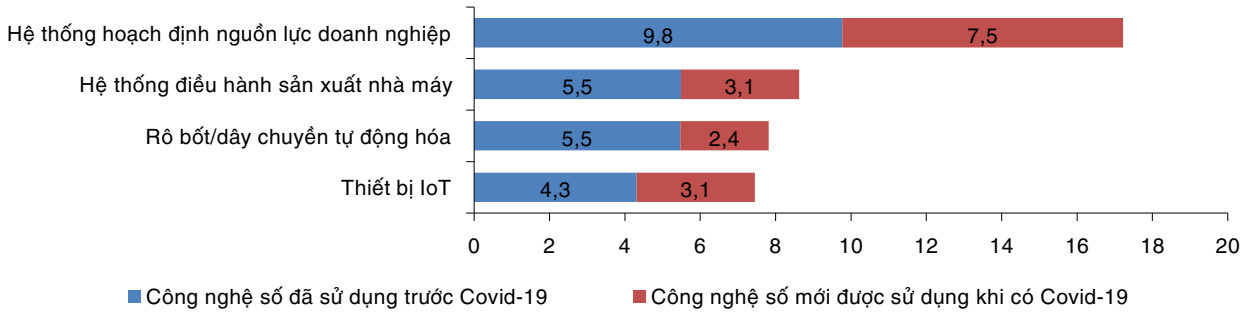
Hệ thống điều hành sản xuất nhà máy MES là một công cụ tương tự như ERP nhưng đặt trọng tâm quản lý vào giám sát khu vực sản xuất, giúp doanh nghiệp nắm bắt thực trạng sử dụng dây chuyền sản xuất, phân tích hiệu suất công việc, quản lý bảo trì máy móc,… Theo khảo sát, có 9% doanh nghiệp đã áp dụng công cụ này từ trước khi có Covid-19, 3% mới bắt đầu sử dụng. Dù xếp thứ 2 về mức độ áp dụng trong hoạt động sản xuất của doanh nghiệp, tuy nhiên tỷ lệ áp dụng của công cụ này tại các doanh nghiệp Việt Nam vẫn tương đối thấp. Lý do là bởi hệ thống MES đòi hỏi sự đồng bộ cao các thiết bị sản xuất trong doanh nghiệp, trong khi đa phần doanh nghiệp Việt Nam còn đang sử dụng các loại máy móc thiết bị cũ, nhiều chủng loại gây khó khăn trong việc chuẩn hóa dữ liệu và kết nối.

Thiết bị IoT và rô bốt/dây chuyền tự động hóa là hai công cụ có mức độ áp dụng trong doanh nghiệp thấp nhất với lần lượt 7,0% và 8,5% doanh nghiệp đã áp dụng trước Covid-19. Tuy nhiên Thiết bị IoT có số doanh nghiệp quan tâm và dự định sẽ áp dụng trong năm nay cao hơn với 12,7% doanh nghiệp, trong khi con số này ở rô bốt/dây chuyền tự động chỉ là 9,5%. Những lợi ích của IoT - Internet vạn vật đang có mặt tại khắp mọi nơi trong tất cả các lĩnh vực - đó là điều không thể phủ định. Tuy nhiên, bên cạnh đó việc áp dụng IoT còn tồn tại nhiều khó khăn, như: chi phí đầu tư lớn dẫn đến tăng giá thành của sản phẩm; người dân còn thờ ơ trong sử dụng những sản phẩm ứng dụng công nghệ đòi hỏi tư duy và sáng tạo; khả năng giao tiếp tự động của các thiết bị IoT làm cho vấn đề về an ninh, bảo mật thông tin trở thành mối quan tâm hàng đầu, việc đảm bảo sự riêng tư khó khăn hơn,… Rô bốt/dây chuyền tự động hóa cũng gặp phải những khó khăn khi áp

dụng như chi phí đầu tư cao, phụ thuộc vào máy móc nhập khẩu từ nước ngoài, trình độ nhân lực không đủ để vận hành thiết bị,… dẫn đến tình trạng nhiều doanh nghiệp vẫn lựa chọn hình thức sản xuất thủ công, thâm dụng lao động thay vì đầu tư áp dụng công cụ này vào hoạt động sản xuất.

Thực trạng ứng dụng công nghệ số của doanh nghiệp nhỏ và vừa được mô tả như hình 2.15.

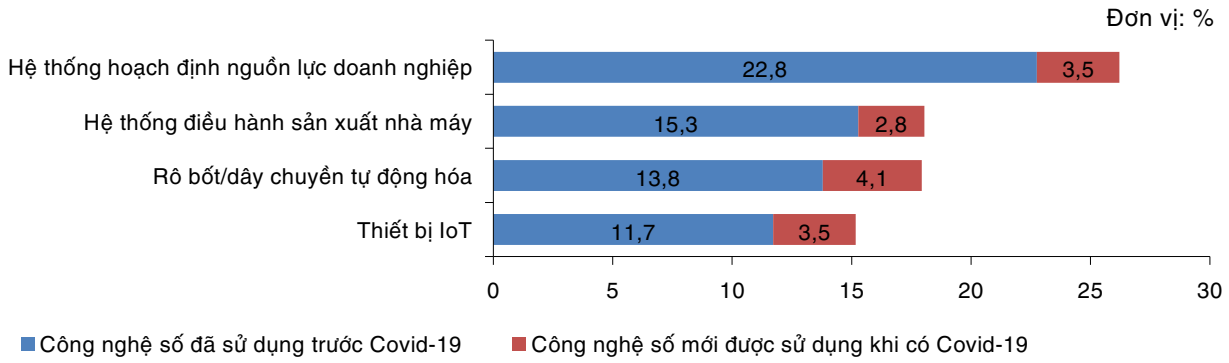
Đơn vị: %



Nguồn: Khảo sát doanh nghiệp, VCCI, 2020

Hình 2.15. Thực trạng ứng dụng công cụ kỹ thuật số của doanh nghiệp nhỏ và vừa trong sản xuất

Mặc dù công nghệ số giúp doanh nghiệp nắm bắt thực trạng sử dụng dây chuyền sản xuất, phân tích hiệu suất công việc, quản lý bảo trì máy móc,… Tuy nhiên, việc ứng dụng công nghệ số trong khối doanh nghiệp nhỏ và vừa khá hạn chế hầu hết dưới 10% doanh nghiệp ứng dụng trong lĩnh vực sản xuất. Tỷ lệ doanh nghiệp ứng dụng công cụ kỹ thuật số trong lĩnh vực sản xuất ở thời điểm Covid-19 nhỏ nhất trong bốn giai đoạn. Điều này, một phần do chi phí ứng dụng công cụ kỹ thuật số khá cao đã cản trở việc ứng dụng công nghệ số. Tuy nhiên, tỷ lệ các doanh nghiệp xem xét ứng dụng công cụ kỹ thuật số trong lĩnh vực sản xuất trong năm nay lại khá cao so với trước Covid-19 và trong thời gian có dịch bệnh.



Nguồn: Khảo sát doanh nghiệp, VCCI, 2020

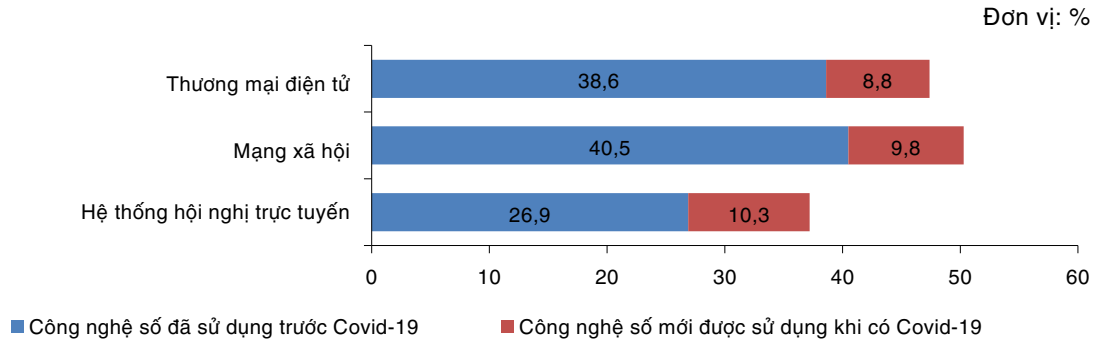
Hình 2.16. Thực trạng ứng dụng công cụ kỹ thuật số của doanh nghiệp lớn trong sản xuất

Công nghệ số giúp doanh nghiệp nắm bắt thực trạng sử dụng dây chuyền sản xuất, phân tích hiệu suất công việc, quản lý bảo trì máy móc,… việc ứng dụng công nghệ số trong khối doanh nghiệp lớn cũng có một tỷ lệ đáng kể từ 12-23% doanh nghiệp ứng dụng trong lĩnh vực sản xuất trước Covid-19. Trong thời gian dịch bệnh Covid-19, tỷ lệ các doanh nghiệp lớn ứng dụng công nghệ số không nhiều nhưng việc xem xét ứng dụng trong năm nay lớn hơn nhiều so với thời gian có dịch bệnh.

2.2.5. Ứng dụng công cụ kỹ thuật số trong hoạt động marketing

Marketing là một trong những hoạt động chủ chốt trong quy trình sản xuất kinh doanh nên cũng không nằm ngoài xu thế chuyển đổi số của doanh nghiệp hiện nay. Những công cụ kỹ thuật số được biết đến nhiều nhất trong hoạt động marketing của doanh nghiệp là thương mại điện tử, mạng xã hội và hệ thống hội nghị trực tuyến. Đặc biệt, marketing thông qua mạng xã hội và thương mại điện tử đã trở nên rất phổ biến tại thị trường Việt Nam trong vài năm trở lại đây với sự bùng nổ của Facebook, Google và các trang giao dịch mua sắm điện tử. Bởi mức độ hiệu quả trong gia tăng mối quan hệ giữa doanh nghiệp và khách hàng, tăng trải nghiệm mua sắm của khách hàng, không đòi hỏi chi phí đầu tư cao, không yêu cầu các công nghệ quá hiện đại, lại dễ dàng áp dụng trong thực tế sản xuất kinh doanh, đã khiến các công cụ này có mức độ sử dụng tại các doanh nghiệp khá cao. Điển hình là thương mại điện tử và mạng xã hội đã có xấp xỉ 40% doanh nghiệp áp dụng từ trước Covid-19. Đặc biệt, khi các hoạt động quảng bá sản phẩm, trao đổi mua sắm trực tiếp giữa doanh nghiệp và khách hàng gặp nhiều rào cản do Covid-19, một số doanh nghiệp đã bắt đầu áp dụng các công cụ này (xấp xỉ 10%) hoặc dự định sẽ

sử dụng trong năm nay. Đa phần các doanh nghiệp này đều cho biết sẽ tiếp tục sử dụng các công cụ này trong tương lai ngay cả khi dịch bệnh đã kết thúc.

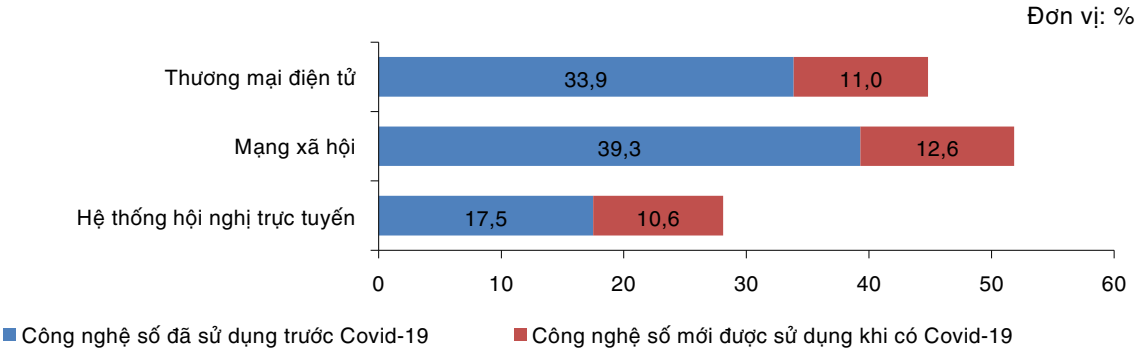


Nguồn: Khảo sát doanh nghiệp, VCCI, 2020

Hình 2.17. Thực trạng ứng dụng công cụ kỹ thuật số của doanh nghiệp trong hoạt động marketing

Hệ thống hội nghị trực tuyến cũng là một trong những công cụ kỹ thuật số được sử dụng phục vụ cho hoạt động marketing của doanh nghiệp. Tuy nhiên, do những những hạn chế cơ bản của hệ thống trang thiết bị, dung lượng đường truyền chưa đảm bảo đáp ứng cho nhu cầu sử dụng và truy cập của một số lượng lớn người tham dự, dẫn đến khó khăn trong triển khai các hội nghị trên nền tảng trực tuyến, nhiều doanh nghiệp không thực sự ưu tiên cho công cụ này trong việc hỗ trợ các hoạt động marketing. Do đó, tỷ lệ doanh nghiệp đã áp dụng công cụ này trước Covid-19 thấp hơn hai công cụ còn lại, chiếm 26,9%. Do dịch bệnh làm hạn chế các phương thức marketing truyền thống, 10,3% doanh nghiệp đã bắt đầu sử dụng hệ thống hội nghị trực tuyến từ khi có Covid-19.

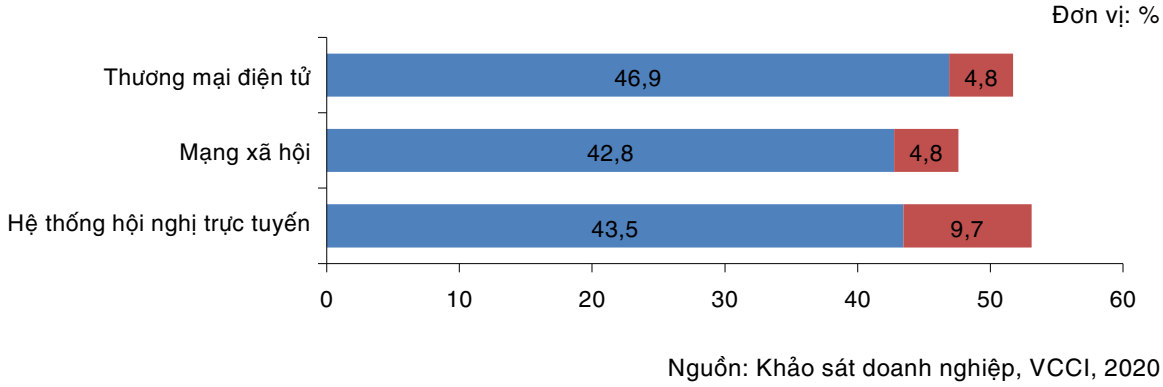
Thực trạng ứng dụng công cụ kỹ thuật số ở các doanh nghiệp nhỏ và vừa được mô tả trong hình 2.18.



Nguồn: Khảo sát doanh nghiệp, VCCI, 2020

Hình 2.18. Thực trạng ứng dụng công cụ kỹ thuật số của doanh nghiệp nhỏ và vừa trong hoạt động marketing

Như phần phân tích chung về sử dụng công cụ kỹ thuật số trong marketing, khối các doanh nghiệp nhỏ và vừa cũng ứng dụng công cụ kỹ thuật số trong lĩnh vực này khá nhiều trước Covid-19 đặc biệt là công cụ thương mại điện tử và mạng xã hội. Dịch Covid-19 cũng tác động đáng kể đến khối doanh nghiệp này trong lĩnh vực marketing, tỷ lệ tổng cộng các doanh nghiệp bắt đầu ứng dụng khi có dịch bệnh và ứng dụng trong năm nay khoảng 22-32%.



Hình 2.19. Thực trạng ứng dụng công cụ kỹ thuật số của doanh nghiệp lớn trong hoạt động marketing

Giống với doanh nghiệp nhỏ và vừa, doanh nghiệp lớn có tỷ lệ ứng dụng công nghệ số trong lĩnh vực marketing khá lớn kể cả ở ba công cụ trước khi có dịch Covid-19. Khác với doanh nghiệp nhỏ và vừa, các doanh nghiệp lớn ít bị tác động của Covid-19 đến việc ứng dụng công nghệ số trong lĩnh vực marketing, tỷ lệ các doanh nghiệp lớn xem xét ứng dụng trong thời gian dịch bệnh và trong năm nay nhỏ hơn rất nhiều so với trước khi có dịch bệnh.

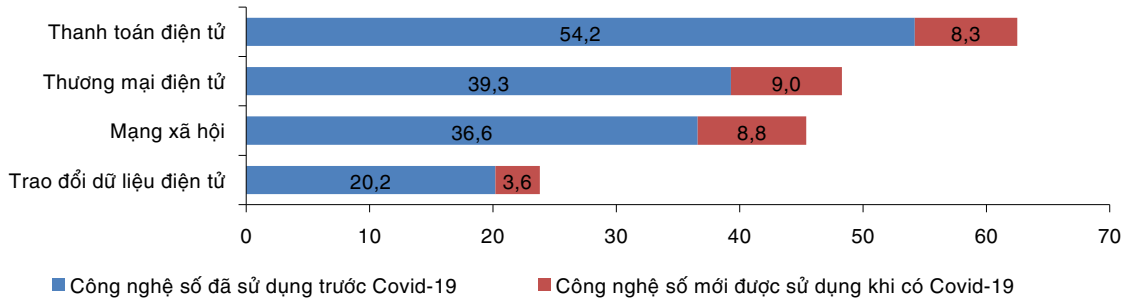
2.2.6. Ứng dụng công cụ kỹ thuật số trong hoạt động bán hàng

Tương tự như trong hoạt động mua hàng, trong bán hàng, thanh toán điện tử vẫn là công cụ kỹ thuật số có tỷ lệ doanh nghiệp áp dụng lớn nhất với hơn một nửa doanh nghiệp đã áp dụng trước khi Covid-19 xảy ra, trong khi tỷ lệ này ở công cụ thương mại điện tử và mạng xã hội thì thấp hơn, lần lượt là 39,3% và 36,6%. Khi dịch bệnh bùng phát, các hoạt động buôn bán và giao dịch đều bị đảo lộn, thì cả 3 công cụ trên đều thu hút thêm một số lượng doanh nghiệp bắt đầu sử dụng, xấp xỉ 9% doanh nghiệp đối với mỗi công cụ.

Trao đổi dữ liệu điện tử vẫn là công cụ có mức độ áp dụng thấp nhất tại các doanh nghiệp với chỉ 20,2% doanh nghiệp đã sử dụng từ trước Covid-19 và tỷ lệ rất thấp các doanh nghiệp có ý định sẽ áp dụng trong năm nay. Tuy nhiên, hầu hết các doanh nghiệp đều sẽ

không tiếp tục sử dụng công cụ này sau khi dịch bệnh kết thúc. Vấn đề về an ninh, bảo mật thông tin vẫn tiếp tục là rào cản lớn đối với doanh nghiệp Việt Nam khi áp dụng các công cụ kỹ thuật trao đổi dữ liệu thông qua nền tảng trực tuyến.

Đơn vị: %

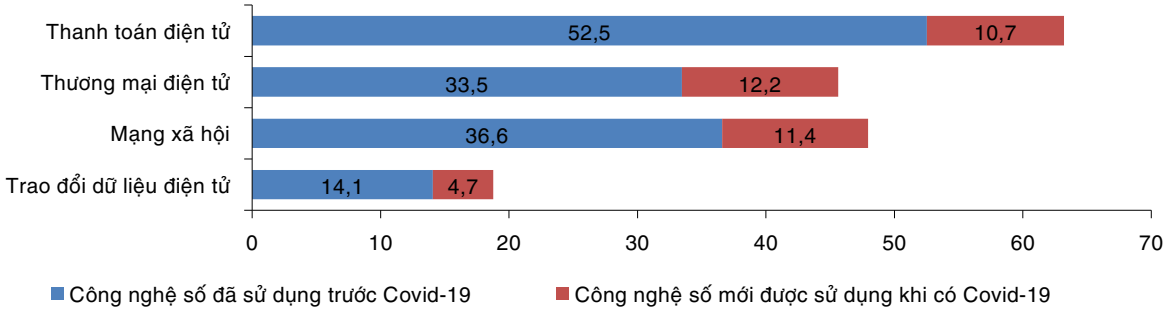


Nguồn: Khảo sát doanh nghiệp, VCCI, 2020

Hình 2.20. Thực trạng ứng dụng công cụ kỹ thuật số của doanh nghiệp trong hoạt động bán hàng

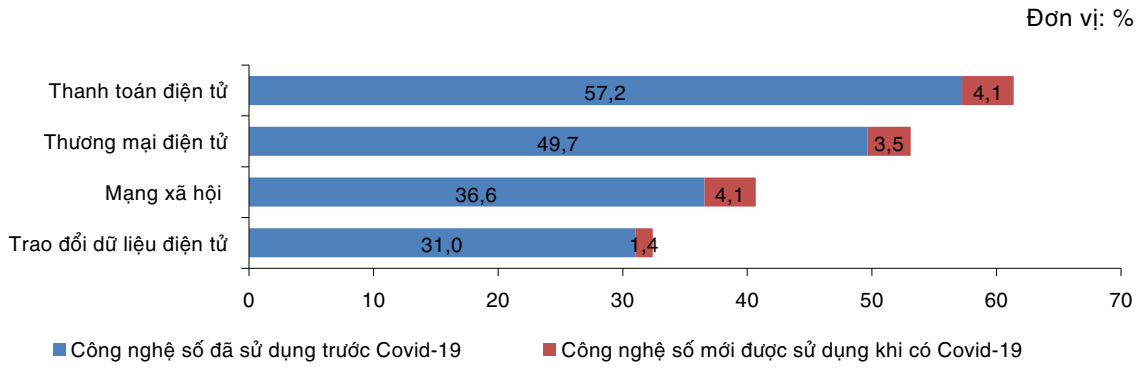
Thanh toán điện tử được tỷ lệ lớn các doanh nghiệp nhỏ và vừa ứng dụng trong lĩnh vực bán hàng trong suốt quá trình trước, tại thời điểm có dịch bệnh, trong năm nay hoặc sau khi có Covid-19. Mạng xã hội và thương mại điện tử cũng được khối doanh nghiệp này khá coi trọng, tỷ lệ các doanh nghiệp này ứng dụng trước Covid-19 khoảng 33-36% và vẫn duy trì ứng dụng cũng tương đối cao.

Đơn vị: %



Nguồn: Khảo sát doanh nghiệp, VCCI, 2020

Hình 2.21. Thực trạng ứng dụng công cụ kỹ thuật số của doanh nghiệp nhỏ và vừa trong hoạt động bán hàng



Nguồn: Khảo sát doanh nghiệp, VCCI, 2020

Hình 2.22. Thực trạng ứng dụng công cụ kỹ thuật số của doanh nghiệp lớn trong hoạt động bán hàng

Khác với doanh nghiệp nhỏ, do tỷ lệ doanh nghiệp lớn ứng dụng công nghệ số cao đồng đều ở các công cụ kỹ thuật trong khâu bán hàng từ trước Covid-19 nên những sự thay đổi trong thực trạng sử dụng các công cụ này khi có dịch bệnh là không đáng kể.

2.3. KỲ VỌNG CỦA CÁC DOANH NGHIỆP VÀO CÔNG CỤ KỸ THUẬT SỐ

2.3.1. Giảm chi phí là kỳ vọng lớn nhất của doanh nghiệp trong ứng dụng công nghệ số

Đại đa số các doanh nghiệp đều đặt kỳ vọng áp dụng công nghệ số trong sản xuất kinh doanh sẽ đem đến cho doanh nghiệp những vượt trội trong hoạt động sản xuất kinh doanh, chiếm tỷ lệ 98%. Kỳ vọng lớn nhất của doanh nghiệp trong việc ứng dụng công nghệ số đó là khả năng giúp giảm chi phí, chiếm tỷ lệ hơn 71% doanh nghiệp lựa chọn. Từ các dịch vụ điện thoại, thanh toán trực tuyến, các phần mềm quản lý bán hàng và các ứng dụng máy tính quản lý từ xa, doanh nghiệp không cần tốn thời gian và nhân lực để vận hành các đầu việc trên theo hình thức kinh doanh truyền thống, tiết kiệm được đáng kể chi phí quản lý và chi phí nhân công.

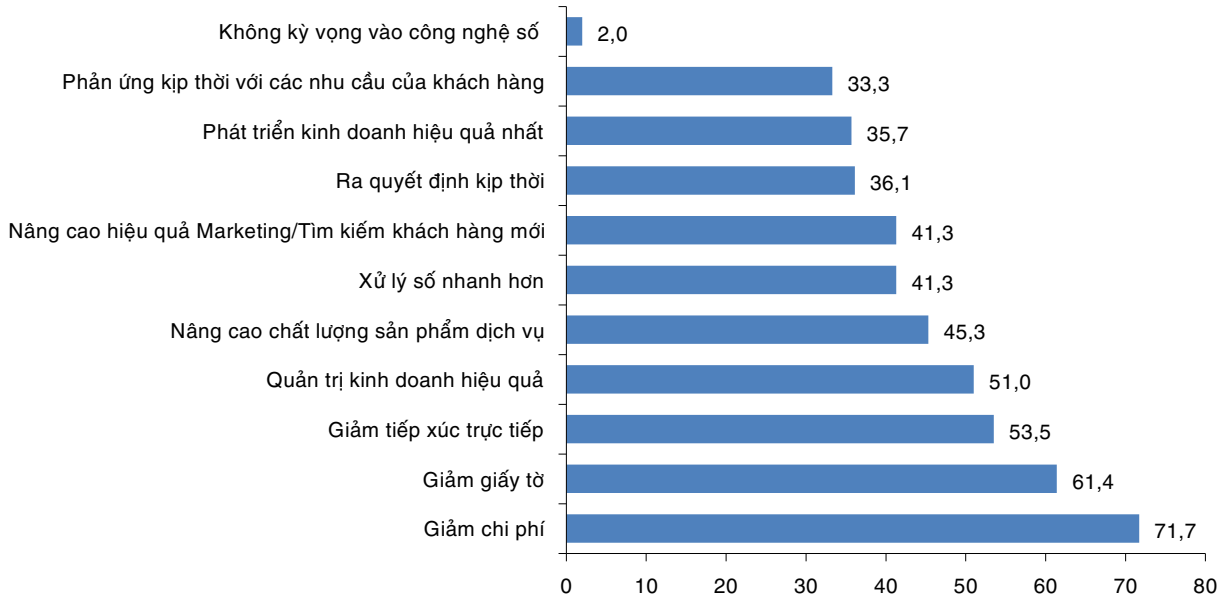
Cũng chính vì những thay đổi này trong quy trình làm việc, mà công nghệ số còn được kỳ vọng giúp doanh nghiệp hạn chế giấy tờ (61,4%) do được thay thế bằng những phần mềm quản lý chứng từ điện tử và giảm tiếp xúc trực tiếp (53,5%) khi sử dụng các công cụ trực tuyến để giao tiếp trong công việc hàng ngày.

Đối với hoạt động sản xuất, các công cụ kỹ thuật số như rô bốt/dây chuyền tự động hóa, thiết bị IoT được mong chờ sẽ giúp doanh nghiệp dễ dàng hiện đại hóa, đưa thêm giá trị gia tăng vào trong sản phẩm, nâng cao chất lượng sản phẩm và dịch vụ (45,3%). Bên cạnh đó, nhờ có máy móc, thiết bị hỗ trợ, doanh nghiệp cũng có thể cắt giảm bớt số lượng lao

động thủ công không hiệu quả. Nền tảng trực tuyến với sự hiện diện của điện toán đám mây, mạng xã hội, thương mại điện tử được kỳ vọng sẽ hỗ trợ doanh nghiệp tiếp cận dễ dàng hơn với khách hàng, từ đó nâng cao hiệu quả trong hoạt động marketing và tìm kiếm khách hàng mới (41,3%).

Đối với hoạt động quản lý, hệ thống hoạch định nguồn lực doanh nghiệp ERP và hệ thống điều hành sản xuất nhà máy MES là những công cụ được sử dụng điển hình nhằm nâng cao hiệu quả quản lý trong doanh nghiệp. Với những tiện ích đa năng, tích hợp giải quyết nhiều nhiệm vụ trong quản lý, chúng được kỳ vọng sẽ là chìa khóa giúp chủ doanh nghiệp quản trị kinh doanh một cách hiệu quả hơn (51%), xử lý sự cố nhanh hơn (41,3%) và từ đó đưa ra được những quyết định kịp thời (36,1%).

Đơn vị: %



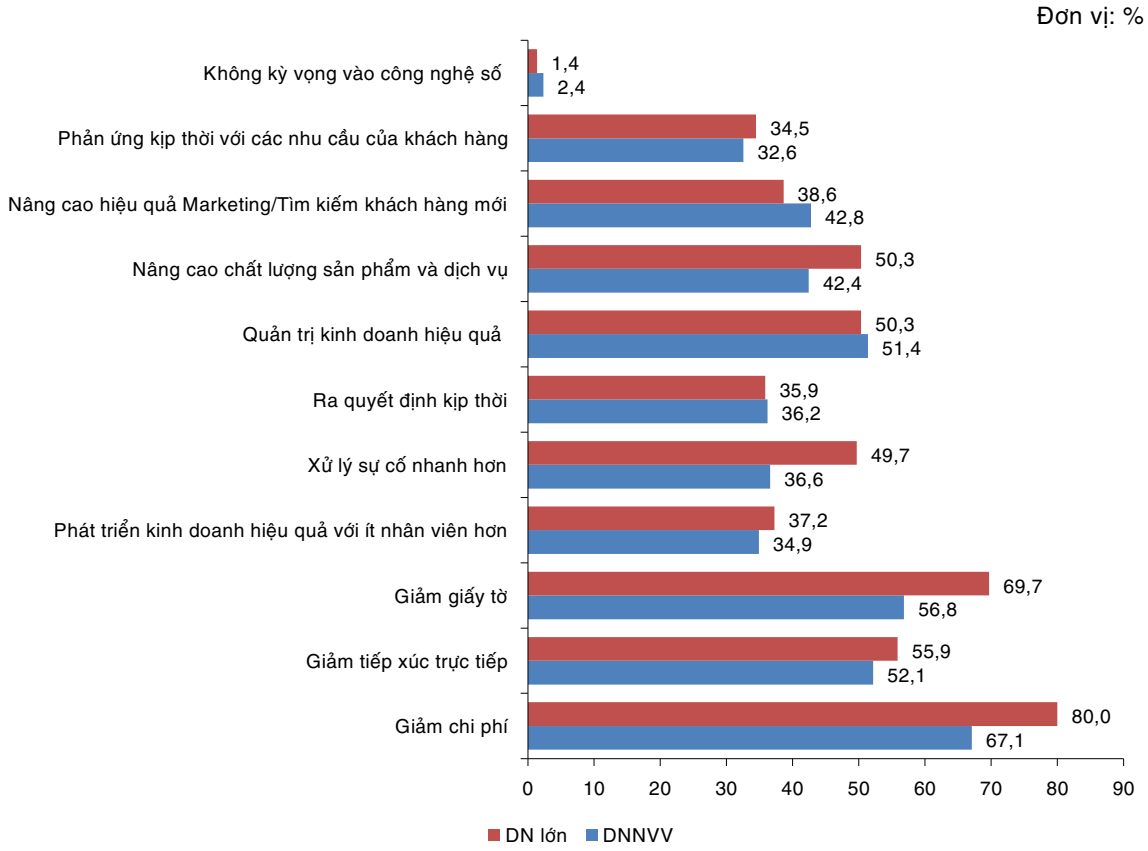
Nguồn: Khảo sát doanh nghiệp, VCCI, 2020

Hình 2.23. Kỳ vọng của doanh nghiệp trong ứng dụng công nghệ số

2.3.2. Các doanh nghiệp lớn kỳ vọng nhiều hơn trong ứng dụng công nghệ số

Như phần phân tích chung cho thấy các doanh nghiệp đều đánh giá cao tầm quan trọng của ứng dụng công nghệ số. Theo phân tích số liệu cho thấy các doanh nghiệp lớn và doanh nghiệp nhỏ và vừa có kỳ vọng ứng dụng công nghệ không nhiều khác biệt trừ một số chỉ tiêu như: kỳ vọng lớn nhất của hai khối doanh nghiệp trong ứng dụng công nghệ

số là giảm chi phí trong các hoạt động của doanh nghiệp có đến 80% doanh nghiệp lớn và 67,1% doanh nghiệp nhỏ và vừa kỳ vọng về vấn đề này, kỳ vọng lớn thứ 2 là giảm giấy tờ có 69,7% doanh nghiệp lớn và 56,8% doanh nghiệp nhỏ. Một số tiêu chí mà doanh nghiệp nhỏ kỳ vọng lớn hơn so với doanh nghiệp lớn nhưng khoảng cách không đáng kể.

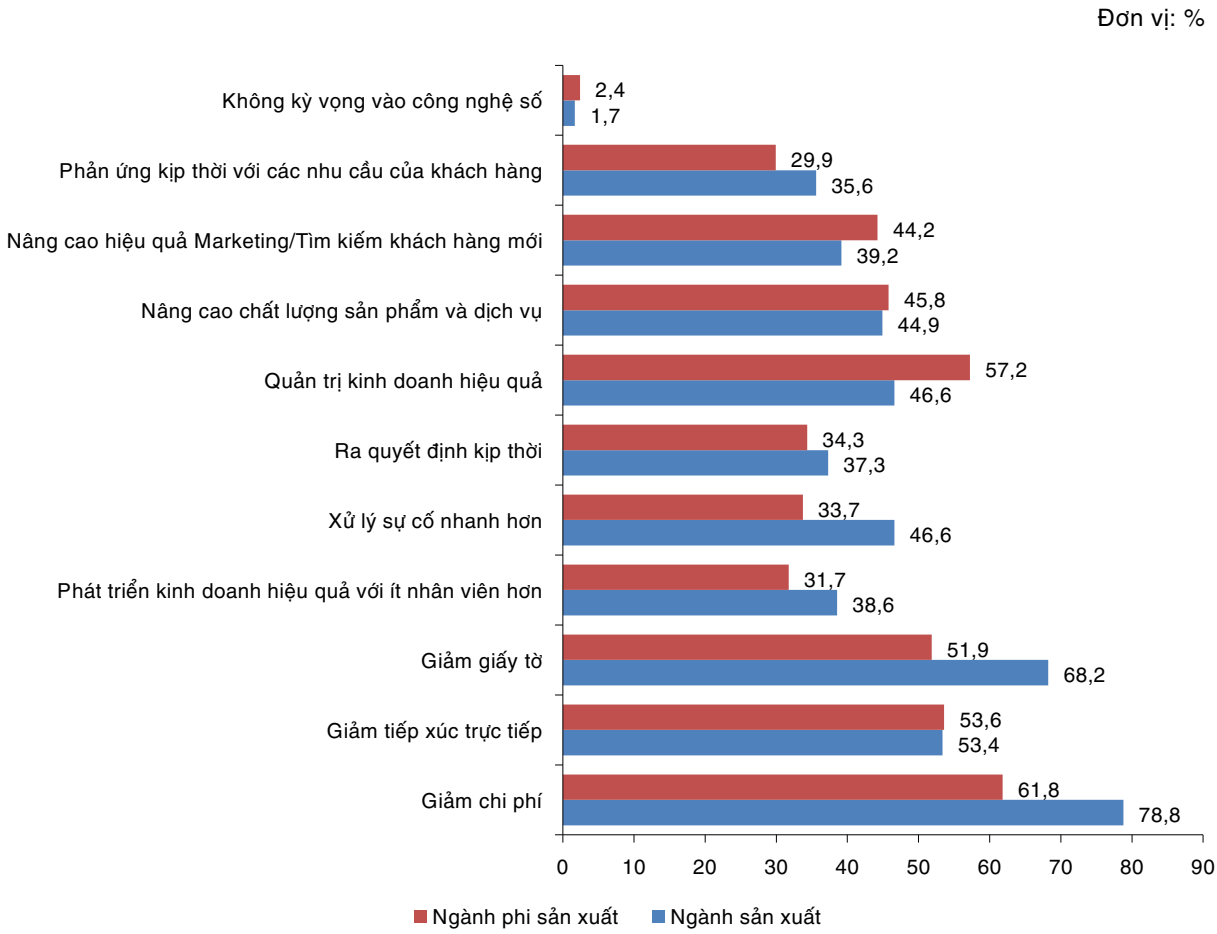


Nguồn: Khảo sát doanh nghiệp, VCCI, 2020

Hình 2.24. Kỳ vọng của doanh nghiệp trong ứng dụng công nghệ số theo quy mô

2.3.3. Các doanh nghiệp sản xuất kỳ vọng nhiều hơn trong ứng dụng công nghệ số

Nhìn chung, theo phân tích số liệu cho thấy các doanh nghiệp sản xuất và doanh nghiệp phi sản xuất có kỳ vọng ứng dụng công nghệ không khác biệt ở hầu hết các tiêu chí trừ một số chỉ tiêu như: kỳ vọng lớn nhất của doanh nghiệp ở các ngành trong ứng dụng công nghệ số là giảm chi phí trong các hoạt động của doanh nghiệp có đến 78,8% doanh nghiệp sản xuất và 61,8% doanh nghiệp phi sản xuất kỳ vọng về vấn đề này, kỳ vọng lớn thứ 2 là giảm giấy tờ và giảm tếp xúc trực tiếp. Một số tiêu chí khác có sự khác biệt nhỏ giữa hai nhóm doanh nghiệp này.



Nguồn: Khảo sát doanh nghiệp, VCCI, 2020

Hình 2.25. Kỳ vọng của doanh nghiệp trong ứng dụng công nghệ số theo lĩnh vực

2.4. RÀO CẢN CỦA DOANH NGHIỆP TRONG ÁP DỤNG CÔNG NGHỆ SỐ

2.4.1. Chi phí là rào cản lớn nhất trong ứng dụng công nghệ số của doanh nghiệp

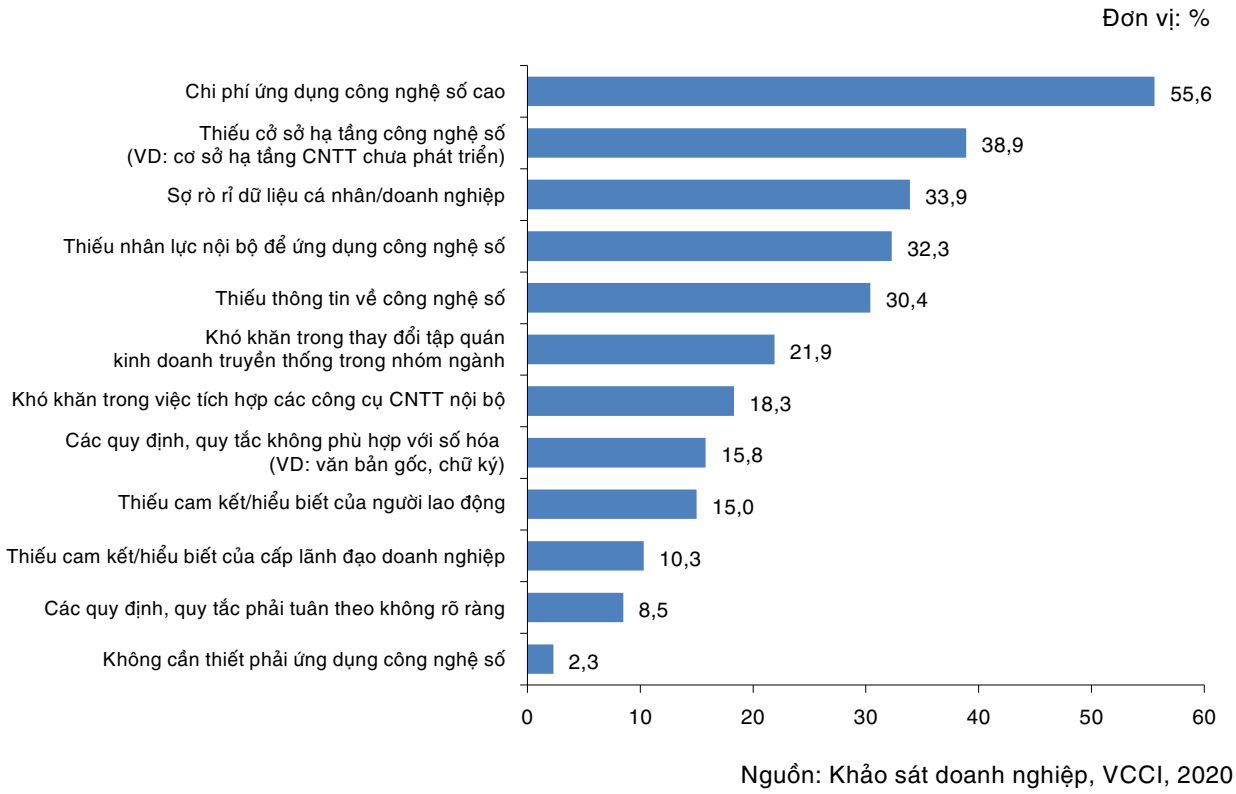
Theo tổng hợp kết quả khảo sát, có 55,6% doanh nghiệp cho biết rào cản mà họ gặp phải khi áp dụng công nghệ số là bởi chi phí cao trong ứng dụng công nghệ số. Để áp dụng được các công cụ kỹ thuật số, các phần mềm quản lý chuyên dụng đôi khi đòi hỏi doanh nghiệp bỏ ra một lượng chi phí tương đối lớn, đặc biệt là đầu tư vào các mua sắm các thiết bị máy móc mới hoặc dây chuyền tự động hóa hiện đại cũng như đồng bộ hóa lại cơ sở hạ tầng về công nghệ thông tin trong doanh nghiệp. Thiếu cơ sở hạ tầng về công nghệ số cũng vì thế trở thành rào cản lớn tiếp theo khiến doanh nghiệp khó khăn, chiếm tỷ lệ 38,9% số doanh nghiệp lựa chọn. Cơ sở hạ tầng CNTT lạc hậu, thiếu đồng bộ sẽ gây cản

trở trong việc áp dụng và kết nối các hệ thống giải pháp và phần mềm CNTT cho các hoạt động liên quan tới nhân viên, đối tác và khách hàng. Máy móc, thiết bị nhiều chủng loại cũng là nguyên nhân khiến nhiều doanh nghiệp khó có thể tích hợp các công cụ CNTT nội bộ một cách toàn diện (18,3%).

Rào cản lớn thứ ba đối với doanh nghiệp chính là rủi ro rò rỉ dữ liệu cá nhân/doanh nghiệp, chiếm tỷ lệ 33,9% doanh nghiệp lựa chọn. Sự phát triển nhanh chóng của công nghệ thông tin tạo ra động lực để phát triển kinh tế - xã hội nhưng cũng làm nảy sinh những nguy cơ về lỗ hổng bảo mật, tạo điều kiện cho tội phạm mạng lợi dụng tiến hành các hoạt động vi phạm pháp luật. Trong khi đó, đa phần doanh nghiệp Việt Nam chưa nhận thức hết được tầm quan trọng trong việc đầu tư áp dụng các giải pháp hỗ trợ để bảo mật thông tin trong doanh nghiệp.

Thiếu nhân lực nội bộ để ứng dụng công nghệ số và thiếu thông tin về công nghệ số là hai rào cản lớn tiếp theo, chiếm tỷ lệ lần lượt là 32,3% và 30,4%. Để áp dụng được các công cụ kỹ thuật số vào trong quy trình sản xuất kinh doanh, không chỉ đòi hỏi lao động trong doanh nghiệp phải biết cách sử dụng hệ thống máy móc, thiết bị, phần mềm hiện đại mà còn phải đảm bảo khả năng sửa chữa khi có lỗi phát sinh và tiến hành các hoạt động bảo trì, bảo dưỡng thường xuyên. Các tổ chức làm nhiệm vụ môi giới và dịch vụ trong thị trường công nghệ để kết nối giữa nguồn cung và cầu công nghệ còn hạn chế, dẫn đến doanh nghiệp thiếu sự cập nhật và hiểu biết về những xu thế công nghệ mới.

Bên cạnh những hạn chế về nguồn lực thì hạn chế trong nhận thức và tâm lý là những rào cản khiến nhiều doanh nghiệp đang lựa chọn đứng ngoài cuộc trong xu thế chuyển đổi số hiện nay. Chuyển đổi số đòi hỏi doanh nghiệp phải sẵn sàng thay đổi, sẵn sàng từ bỏ các mô hình kinh doanh truyền thống để thiết lập mô hình kinh doanh mới, thiết lập lại quy trình làm việc, loại bỏ những công đoạn trung gian, rườm rà trên cơ sở ứng dụng công nghệ số. Tâm lý ngại thay đổi, ngại từ bỏ những tập quán kinh doanh truyền thống được duy trì nhiều năm khiến 21,9% doanh nghiệp cảm thấy khó khăn khi tiến hành chuyển đổi số. Ngoài ra, các rào cản khác có thể kể đến như sự thiếu cam kết/hiểu biết của người lao động (15%), thiếu cam kết/hiểu biết của cấp lãnh đạo doanh nghiệp (10,3%), các quy định quy tắc không phù hợp với số hóa (15,8%) và các quy định quy tắc phải tuân theo không rõ ràng (8,3%). Một tỷ lệ nhỏ doanh nghiệp (2,3%) cho biết họ không cần thiết phải ứng dụng công nghệ số.

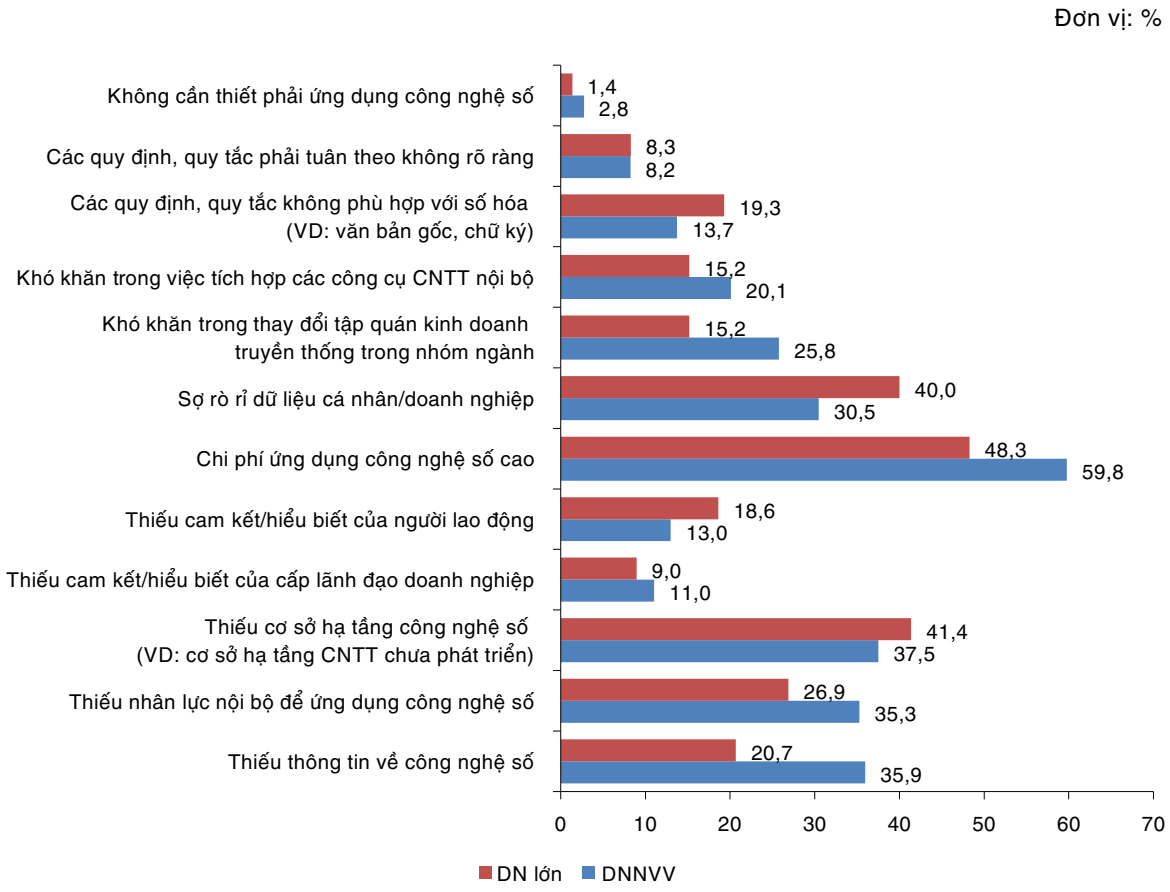


Hình 2.26. Rào cản của doanh nghiệp trong ứng dụng công nghệ số

2.4.2. Trong khi các DNNVV gặp khó khăn nhiều hơn liên quan đến các vấn đề nguồn lực nội bộ thì các doanh nghiệp lớn lo sợ nhiều hơn đến các vấn đề bên ngoài khi ứng dụng công nghệ số

Phần lớn các doanh nghiệp nhỏ và vừa gặp nhiều rào cản trong việc ứng dụng công nghệ số hơn so với doanh nghiệp lớn trừ một số rào cản như: thiếu cơ sở hạ tầng công nghệ số (VD: cơ sở hạ tầng CNTT chưa phát triển); thiếu cam kết/hiểu biết của người lao động; sợ rò rỉ dữ liệu cá nhân/doanh nghiệp; các quy định, quy tắc không phù hợp thì doanh nghiệp lớn gặp nhiều rào cản hơn so với doanh nghiệp nhỏ và vừa.

Đặc biệt, chi phí ứng dụng công nghệ số cao là rào cản lớn nhất đối với cả doanh nghiệp nhỏ và vừa cũng như doanh nghiệp lớn với 59,8% doanh nghiệp nhỏ và vừa, 48,3% doanh nghiệp lớn gặp khó khăn trong vấn đề này. Ngoài ra, đối với doanh nghiệp nhỏ và vừa thì thiếu cơ sở hạ tầng công nghệ số và sợ rò rỉ thông tin cá nhân là rào cản khá lớn. Thiếu nhân lực nội bộ để ứng dụng công nghệ số cũng là những rào cản đáng kể trong việc ứng dụng công nghệ số của nhóm doanh nghiệp này.



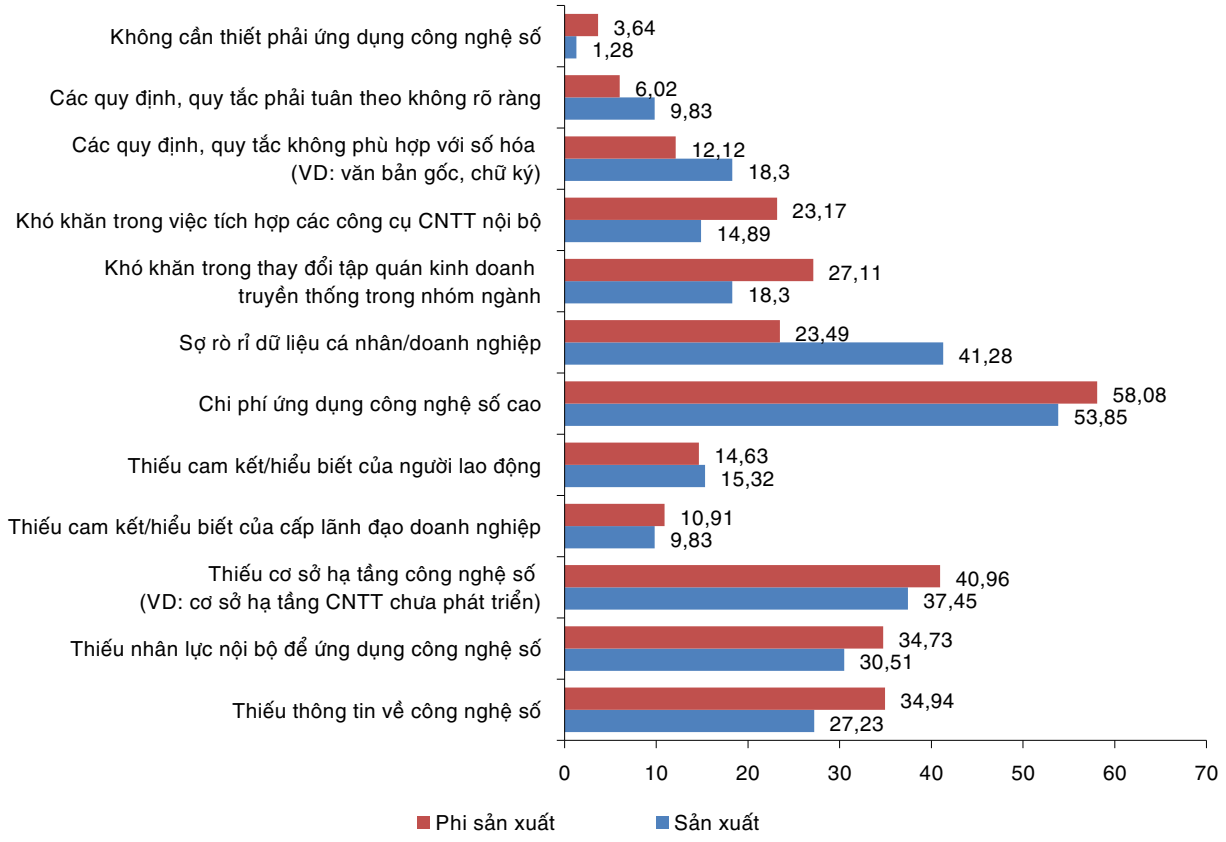
Nguồn: Khảo sát doanh nghiệp, VCCI, 2020

Hình 2.27. Rào cản của doanh nghiệp trong ứng dụng công nghệ số theo quy mô

2.4.3. Các doanh nghiệp không sản xuất gặp nhiều rào cản hơn các doanh nghiệp sản xuất trong ứng dụng công nghệ số

Phần lớn các doanh nghiệp phi sản xuất đều có rào cản trong việc ứng dụng công nghệ số lớn hơn so với doanh nghiệp sản xuất trừ một số rào cản như: sợ rò rỉ dữ liệu cá nhân/doanh nghiệp; các quy định, quy tắc không phù hợp doanh nghiệp sản xuất gặp nhiều rào cản hơn so với doanh nghiệp phi sản xuất. Đặc biệt, chi phí ứng dụng công nghệ số cao là rào cản lớn nhất đối với các doanh nghiệp ở các lĩnh vực sản xuất và lĩnh vực phi sản xuất với tỷ lệ lần lượt là 53,85% và 58,08%. Ngoài ra, hai rào cản đáng kể trong việc ứng dụng công nghệ số đối với các doanh nghiệp ở các ngành này là: thiếu nhân lực nội bộ để ứng dụng công nghệ số; thiếu cơ sở hạ tầng công nghệ số (ví dụ: cơ sở hạ tầng CNTT chưa phát triển).

Đơn vị: %



Nguồn: Khảo sát doanh nghiệp, VCCI, 2020

Hình 2.28. Rào cản của doanh nghiệp trong ứng dụng công nghệ số theo lĩnh vực

2.5. NĂNG LỰC CHUYỂN ĐỔI SỐ CỦA DOANH NGHIỆP

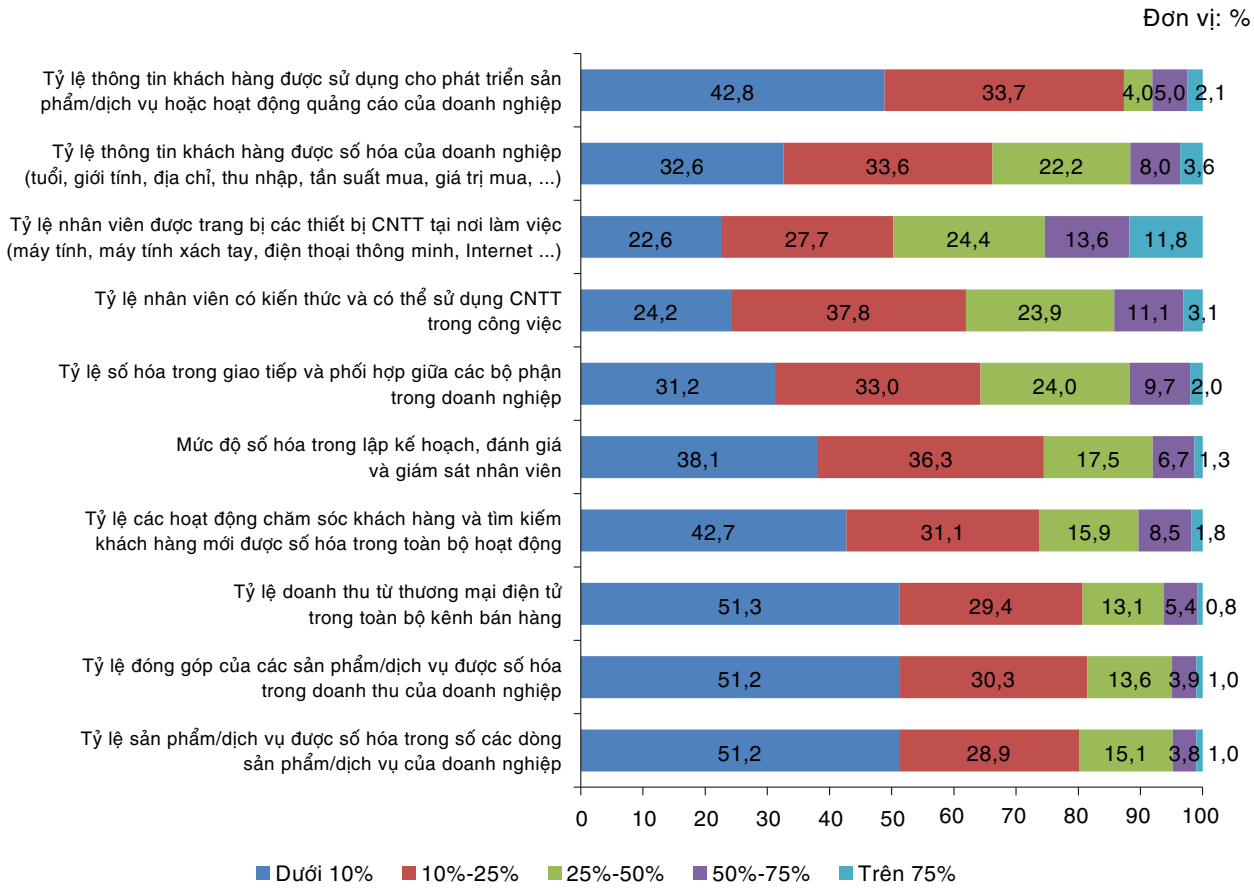
Năng lực chuyển đổi số của doanh nghiệp được đánh giá theo hai giai đoạn bao gồm: *trước Covid-19* và *hiện nay*.

Các tiêu chí đánh giá năng lực chuyển đổi bao gồm: (1) Tỷ lệ sản phẩm/dịch vụ được số hóa trong số các dòng sản phẩm/dịch vụ của doanh nghiệp; (2) Tỷ lệ đóng góp của các sản phẩm/dịch vụ được số hóa trong doanh thu của doanh nghiệp; (3) Tỷ lệ doanh thu từ thương mại điện tử trong toàn bộ kênh bán hàng; (4) Tỷ lệ các hoạt động chăm sóc khách hàng và tìm kiếm khách hàng mới được số hóa trong toàn bộ hoạt động; (5) Mức độ số hóa trong lập kế hoạch, đánh giá và giám sát nhân viên; (6) Tỷ lệ số hóa trong giao tiếp và phối hợp giữa các bộ phận trong doanh nghiệp; (9) Tỷ lệ thông tin khách hàng được

số hóa của doanh nghiệp (tuổi, giới tính, địa chỉ, thu nhập, tần suất mua, giá trị mua,...); (10) Tỷ lệ thông tin khách hàng được sử dụng cho phát triển sản phẩm/dịch vụ hoặc hoạt động quảng cáo của doanh nghiệp.

2.5.1. Năng lực chuyển đổi số của doanh nghiệp trước Covid-19

Trước Covid-19, năng lực chuyển đổi số của doanh nghiệp không cao. Ở tất cả tiêu chí đánh giá, đa phần tỷ lệ số hóa các lĩnh vực trong doanh nghiệp chỉ mới ở mức dưới 25%, số doanh nghiệp có tỷ lệ số hóa các lĩnh vực đạt trên 50% chiếm tỷ lệ thấp và rất ít doanh nghiệp có tỷ lệ số hóa đạt trên 75%. Mức độ chuyển đổi số giữa các lĩnh vực cũng phân hóa khác nhau. Trong đó, sự cải thiện về năng lực chuyển đổi số của người lao động là tiêu chí được đánh giá cao nhất, với gần một nửa doanh nghiệp có tỷ lệ trên 50% nhân viên được trang bị các thiết bị CNTT tại nơi làm việc cũng như có kiến thức và khả năng sử dụng CNTT. Xây dựng cơ sở dữ liệu khách hàng, chăm sóc khách hàng và hoạt động marketing là các lĩnh vực được đánh giá cao tiếp theo về tỷ lệ số hóa với 11,6% số doanh nghiệp có tỷ lệ thông tin khách hàng được số hóa của doanh nghiệp chiếm trên 50%, 11,3% số doanh nghiệp có tỷ lệ các hoạt động chăm sóc khách hàng và tìm kiếm khách hàng mới được số hóa trong toàn bộ hoạt động chiếm trên 50%. Bên cạnh đó, các chỉ tiêu tỷ lệ số hóa trong giao tiếp và phối hợp giữa các bộ phận trong doanh nghiệp và mức độ số hóa trong lập kế hoạch, đánh giá và giám sát nhân viên cũng được đánh giá ở trình độ tương đồng. Ở mức thấp nhất là các chỉ tiêu tỷ lệ đóng góp của các sản phẩm/dịch vụ được số hóa trong doanh thu của doanh nghiệp và tỷ lệ sản phẩm/dịch vụ được số hóa trong số các dòng sản phẩm/dịch vụ của doanh nghiệp, với hơn 50% số doanh nghiệp đánh giá các tỷ lệ này chỉ đạt mức dưới 10%.



Nguồn: Khảo sát doanh nghiệp, VCCI, 2020

Hình 2.29. Năng lực chuyển đổi số của doanh nghiệp trước Covid-19

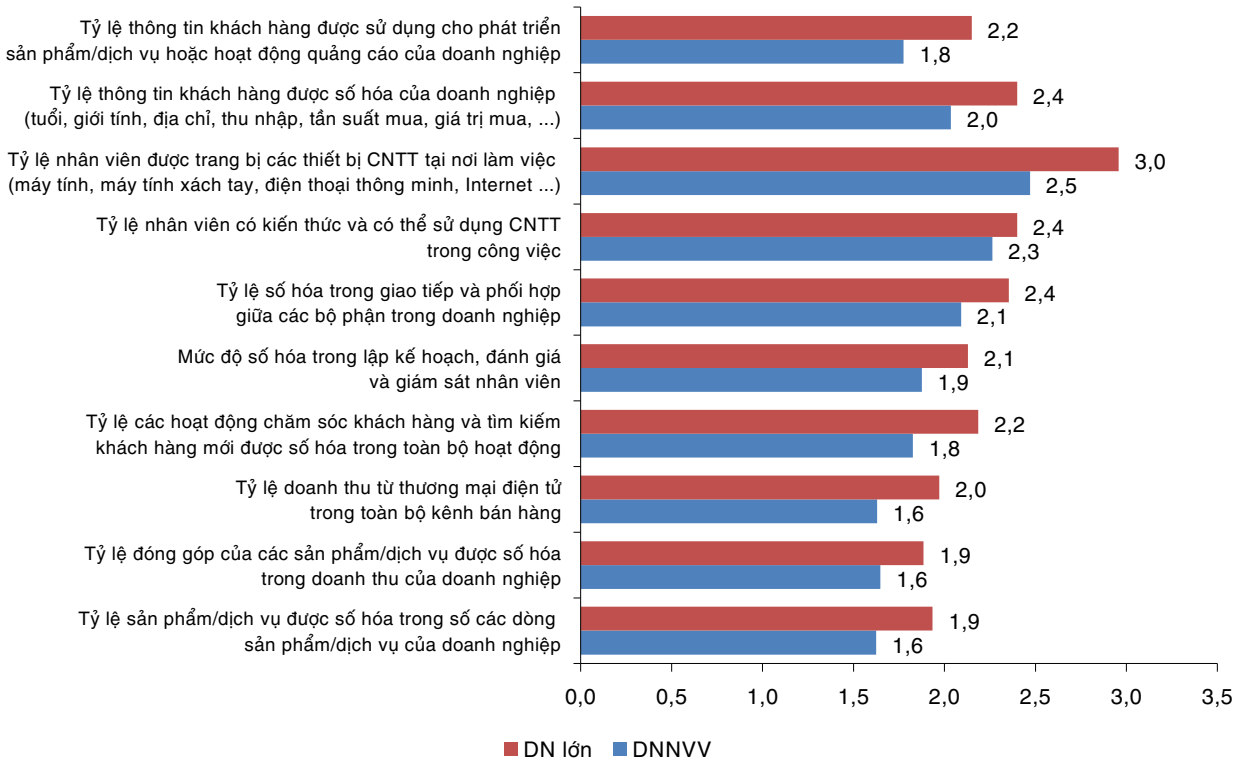
2.5.1.1. Năng lực chuyển đổi số của doanh nghiệp trước Covid-19 theo quy mô

Từ phân tích thống kê cho thấy các doanh nghiệp nhỏ và vừa đánh giá ở thang điểm 1 (năng lực chuyển đổi dưới 10%) và thang điểm 2 (năng lực chuyển đổi từ 10- 25%) chiếm tỷ lệ cao hơn so với doanh nghiệp lớn, đặc biệt cả hai nhóm doanh nghiệp nhỏ và vừa và doanh nghiệp lớn tỷ lệ đánh giá ở thang điểm này rất lớn chiếm khoảng 70% ở cả hai thang điểm. Tuy nhiên, tỷ lệ doanh nghiệp lớn đánh giá ở thang điểm 4 và 5 cao hơn nhiều so với các doanh nghiệp nhỏ và vừa nhưng tỷ lệ đánh giá ở các thang điểm 3, 4 và 5 vẫn còn thấp mới chỉ chiếm khoảng 30% ở cả ba thang điểm.

Điều này cho thấy trước dịch Covid-19 các doanh nghiệp nhỏ và vừa ít có năng lực chuyển đổi số hơn so với các doanh nghiệp lớn và năng lực chuyển đổi số của cả hai doanh nghiệp nhỏ và vừa cũng như doanh nghiệp lớn đều chưa cao. Đặc biệt, các công nghệ số

như: tỷ lệ nhân viên được trang bị các thiết bị CNTT tại nơi làm việc (máy tính, máy tính xách tay, điện thoại thông minh, Internet...); tỷ lệ thông tin khách hàng được số hóa của doanh nghiệp (tuổi, giới tính, địa chỉ, thu nhập, tần suất mua, giá trị mua,...); tỷ lệ số hóa trong giao tiếp và phối hợp giữa các bộ phận trong doanh nghiệp được áp dụng ở các doanh nghiệp lớn cao hơn nhiều so với doanh nghiệp nhỏ và vừa trước Covid-19. Ngoài ra, trung bình năng lực chuyển đổi số theo quy mô có thể biểu diễn sau đây.

Đơn vị: %



Nguồn: Khảo sát doanh nghiệp, VCCI, 2020

Hình 2.30. Trung bình năng lực chuyển đổi số trước Covid-19 theo quy mô

Qua hình 2.30 có thể thấy năng lực chuyển đổi số trước Covid-19 của doanh nghiệp lớn cao hơn so với các doanh nghiệp nhỏ và vừa. Nhìn chung, các doanh nghiệp đang ưu tiên cho tỷ lệ nhân viên được trang bị các thiết bị CNTT tại nơi làm việc (máy tính, máy tính xách tay, điện thoại thông minh, Internet...) chiếm tỷ lệ cao nhất trung bình gần 25-50%.

Bảng 2.2. Năng lực chuyển đổi số của doanh nghiệp trước Covid-19 theo quy mô

Đơn vị: %

Tiêu chí	Doanh nghiệp nhỏ và vừa					Doanh nghiệp lớn				
	Dưới 10%	Từ 10-25%	Từ 5-50%	Từ 50-75%	Trên 75%	Dưới 10%	Từ 10-25%	Từ 25-50%	Từ 50-75%	Trên 75%
1) Tỷ lệ sản phẩm/dịch vụ được số hóa trong số các dòng sản phẩm/dịch vụ của doanh nghiệp	54,75	29,37	13,10	2,38	0,40	44,60	28,06	18,71	6,47	2,16
2) Tỷ lệ đóng góp của các sản phẩm/dịch vụ được số hóa trong doanh thu của doanh nghiệp	54	30,8	12	2,8	0,4	46,03	29,5	16,55	5,76	2,16
3) Tỷ lệ doanh thu từ thương mại điện tử trong toàn bộ kênh bán hàng	56,57	27,89	12,35	2,39	0,8	41,60	32,12	14,60	10,95	0,73
4) Tỷ lệ các hoạt động chăm sóc khách hàng và tìm kiếm khách hàng mới được số hóa trong toàn bộ hoạt động	47,39	30,52	14,86	6,43	0,8	34,29	32,14	17,86	12,14	3,57
5) Mức độ số hóa trong lập kế hoạch, đánh giá và giám sát nhân viên	40,16	38,55	15,26	5,62	0,41	34,53	32,37	21,58	8,64	2,88
6) Tỷ lệ số hóa trong giao tiếp và phối hợp giữa các bộ phận trong doanh nghiệp.	32,54	35,32	23,81	7,14	1,19	28,77	28,78	24,46	14,39	3,6
7) Tỷ lệ nhân viên có kiến thức và có thể sử dụng CNTT trong công việc	23,90	40,24	23,51	10,36	1,99	24,64	33,33	24,64	12,32	5,07
8) Tỷ lệ nhân viên được trang bị các thiết bị CNTT tại nơi làm việc	23,90	33,07	24,30	9,56	9,17	20,14	17,99	24,46	20,86	16,55
9) Tỷ lệ thông tin khách hàng được số hóa của doanh nghiệp (tuổi, giới tính, địa chỉ, thu nhập,...)	35,73	34,54	21,69	6,43	1,61	26,81	31,88	23,19	10,87	7,25
10) Tỷ lệ thông tin khách hàng được sử dụng cho phát triển sản phẩm/dịch vụ hoặc hoạt động quảng cáo.	47,13	34,02	14,75	2,46	1,64	35,25	33,09	19,42	9,36	2,88

Nguồn: Khảo sát doanh nghiệp, VCCI, 2020

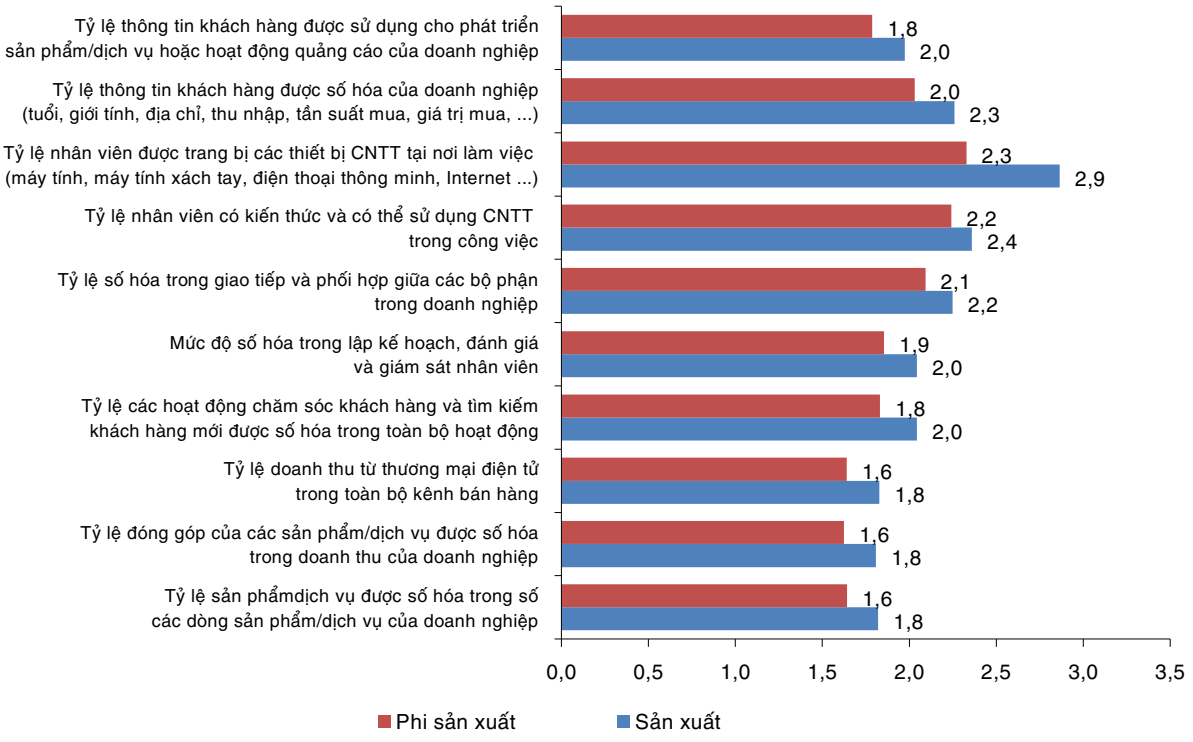
2.5.1.2. Năng lực chuyển đổi số của doanh nghiệp trước Covid-19 theo lĩnh vực

Từ phân tích cho thấy các doanh nghiệp sản xuất chế biến đánh giá năng lực chuyển đổi số thang điểm 1 (năng lực chuyển đổi dưới 10%) và thang điểm 2 (năng lực chuyển đổi từ 10- 25%) chiếm tỷ lệ thấp hơn so với doanh nghiệp phi sản xuất, ở cả lĩnh vực sản xuất và lĩnh vực phi sản xuất tỷ lệ doanh nghiệp đánh giá ở thang điểm 1 và 2 tương đối cao với tổng cộng khoảng 70%. Tuy nhiên, tỷ lệ các doanh nghiệp sản xuất đánh giá năng lực chuyển đổi số ở thang điểm 3 và 4 cao hơn đáng kể so với các doanh nghiệp phi sản xuất và tỷ lệ các doanh nghiệp ở các lĩnh vực được đánh giá ở các thang điểm 3, 4 và 5 đều khá thấp với tổng cộng tỷ lệ cả ba thang điểm khoảng 30%.

Điều này cho thấy, trước dịch Covid-19 các doanh nghiệp sản xuất chế biến có năng lực chuyển đổi số cao hơn so với các doanh nghiệp phi sản xuất xong vẫn ở mức thấp nếu như đặt trong sự so sánh với yêu cầu đặt ra của bối cảnh chuyển đổi số hiện nay. Đặc biệt, các công nghệ số như: tỷ lệ nhân viên được trang bị các thiết bị CNTT tại nơi làm việc (máy tính, máy tính xách tay, điện thoại thông minh, Internet...); tỷ lệ thông tin khách hàng được số hóa của doanh nghiệp (tuổi, giới tính, địa chỉ, thu nhập, tần suất mua, giá trị mua,...); tỷ lệ số hóa trong giao tiếp và phối hợp giữa các bộ phận trong doanh nghiệp được áp dụng ở các doanh nghiệp sản xuất chế biến cao hơn so với doanh nghiệp phi sản xuất trước Covid-19.

Nhìn chung các doanh nghiệp đang ưu tiên cho tỷ lệ nhân viên được trang bị các thiết bị CNTT tại nơi làm việc (máy tính, máy tính xách tay, điện thoại thông minh, Internet...) chiếm cao nhất trung bình gần 25-50% đối với doanh nghiệp sản xuất và 10-25% đối với lĩnh vực phi sản xuất. Điều này là phù hợp và thiết thực, đặc biệt trong bối cảnh công nghệ số đang phát triển mạnh, doanh nghiệp muốn ứng dụng được công nghệ số thì phải trang bị các thiết bị tối thiểu cần thiết cho nhân viên. Ngoài ra, nhân viên cũng cần phải có kiến thức và có thể sử dụng các công cụ kỹ thuật số để ứng dụng xử lý trong công việc.

Đơn vị: %



Nguồn: Khảo sát doanh nghiệp, VCCI, 2020

Hình 2.31. Trung bình năng lực chuyển đổi số trước Covid-19 theo lĩnh vực

Bảng 2.3. Năng lực chuyển đổi số của doanh nghiệp trước Covid-19 theo lĩnh vực kinh doanh

Đơn vị: %

Tiêu chí	Doanh nghiệp sản xuất chế biến					Doanh nghiệp không phải sản xuất				
	Dưới 10%	Từ 10-25%	Từ 25-50%	Từ 50-75%	Trên 75%	Dưới 10%	Từ 10-25%	Từ 25-50%	Từ 50-75%	Trên 75%
1) Tỷ lệ sản phẩm/dịch vụ được số hóa trong số các dòng sản phẩm/dịch vụ của doanh nghiệp	48,03	28,38	17,90	4,8	0,89	55,56	29,63	11,11	2,47	1,23
2) Tỷ lệ đóng góp của các sản phẩm/dịch vụ được số hóa trong doanh thu của doanh nghiệp	46,72	31,44	17,03	3,93	0,88	57,50	28,75	8,75	3,75	1,25
3) Tỷ lệ doanh thu từ thương mại điện tử trong toàn bộ kênh bán hàng	47,13	30,84	14,10	7,93	0	57,14	27,33	11,80	1,86	1,87
4) Tỷ lệ các hoạt động chăm sóc khách hàng và tìm kiếm khách hàng mới được số hóa trong toàn bộ hoạt động	39,73	30,57	17,03	10,92	1,75	46,86	31,88	14,38	5,00	1,88
5) Mức độ số hóa trong lập kế hoạch, đánh giá và giám sát nhân viên	36,24	33,62	20,96	7,86	1,32	40,88	40,25	12,58	5,03	1,26
6) Tỷ lệ số hóa trong giao tiếp và phối hợp giữa các bộ phận trong doanh nghiệp.	28,38	34,93	22,27	12,23	2,19	35,19	30,25	26,54	6,17	1,85
7) Tỷ lệ nhân viên có kiến thức và có thể sử dụng CNTT trong công việc	22,81	36,40	25,88	11,84	3,07	26,08	39,75	21,12	9,94	3,11
8) Tỷ lệ nhân viên được trang bị các thiết bị CNTT tại nơi làm việc	19,65	22,27	26,64	14,85	16,59	26,70	35,40	21,12	11,90	4,97
9) Tỷ lệ thông tin khách hàng được số hóa của doanh nghiệp (tuổi, giới tính, địa chỉ, thu nhập,...)	29,39	32,89	25	7,89	4,83	37,10	34,59	18,24	8,18	1,89
10) Tỷ lệ thông tin khách hàng được sử dụng cho phát triển sản phẩm/dịch vụ hoặc hoạt động quảng cáo.	38,16	35,96	17,98	6,14	1,76	49,68	30,32	14,19	3,23	2,58

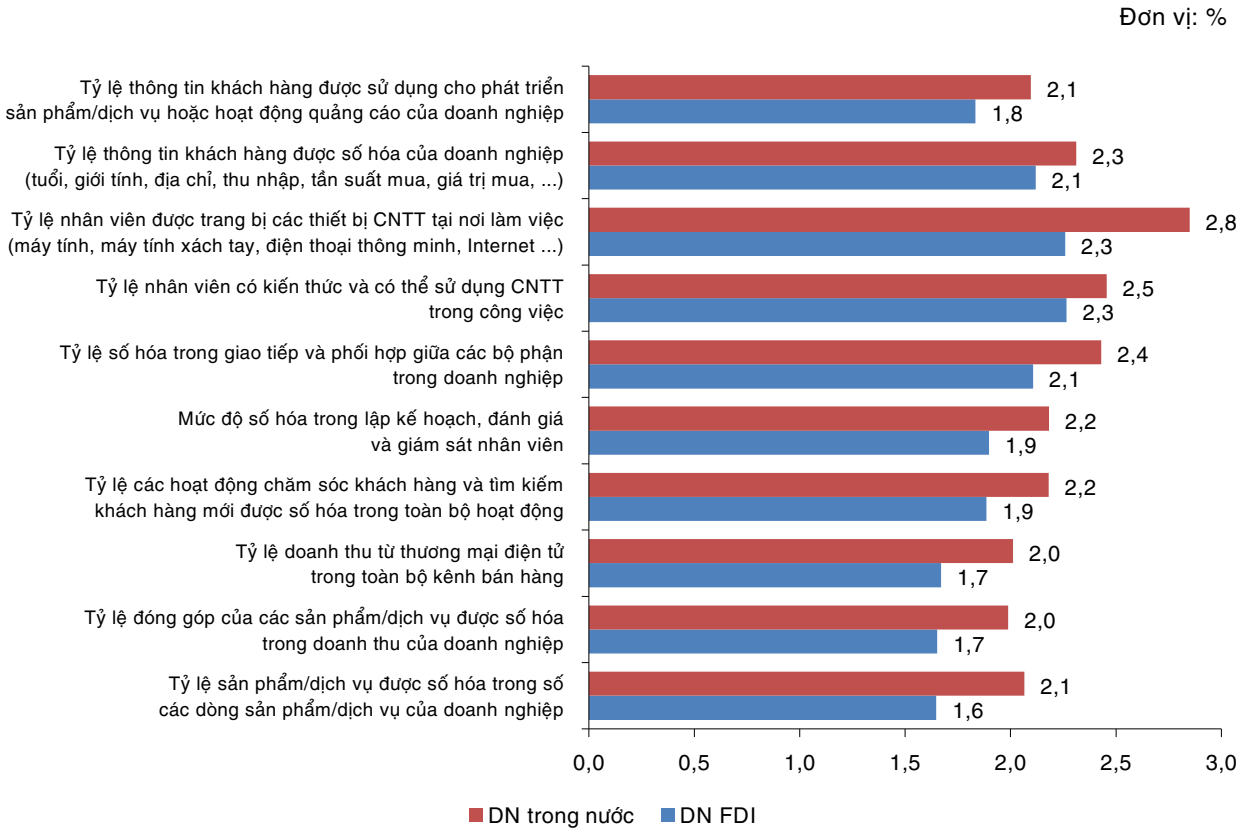
Nguồn: Khảo sát doanh nghiệp, VCCI, 2020

2.5.1.3. Năng lực chuyển đổi số của doanh nghiệp trước Covid-19 theo loại hình doanh nghiệp

Năng lực chuyển đổi số của doanh nghiệp FDI và các doanh nghiệp trong nước được mô tả như bảng 2.4.

Từ thống kê mô tả được trình bày trong bảng 2.4 cho thấy các doanh nghiệp trong nước đánh giá năng lực chuyển đổi số thang điểm 1 (năng lực chuyển đổi dưới 10%) và thang điểm 2 (năng lực chuyển đổi từ 10-25%) chiếm tỷ lệ cao hơn khá nhiều so với doanh nghiệp FDI. Cụ thể, tỷ lệ các doanh nghiệp đánh giá ở thang điểm 1 và 2 chiếm khoảng 80% đối với các doanh nghiệp trong nước và khoảng gần 65% đối với các doanh nghiệp FDI. Tuy nhiên, tỷ lệ các doanh nghiệp FDI đánh giá năng lực chuyển đổi số ở thang điểm 3, 4 và 5 cao hơn khá nhiều so với các doanh nghiệp trong nước nhưng tỷ lệ này ở cả hai nhóm doanh nghiệp đều còn khá thấp chiếm khoảng 35% cho các doanh nghiệp FDI và khoảng 20% cho các doanh nghiệp trong nước. Điều này cho thấy, trước Covid-19 các doanh nghiệp FDI có năng lực chuyển đổi số cao hơn so với các doanh nghiệp trong nước mặc dù năng lực chuyển đổi số còn chưa cao mới ở mức dưới 10% hoặc 10-25% là chiếm tỷ lệ cao. Đặc biệt, các công nghệ số như: tỷ lệ nhân viên được trang bị các thiết bị CNTT tại nơi làm việc (máy tính, máy tính xách tay, điện thoại thông minh, Internet...); tỷ lệ thông tin khách hàng được số hóa của doanh nghiệp (tuổi, giới tính, địa chỉ, thu nhập, tần suất mua, giá trị mua,...); tỷ lệ số hóa trong giao tiếp và phối hợp giữa các bộ phận trong doanh nghiệp được áp dụng ở các doanh nghiệp FDI cao hơn so với doanh nghiệp trong nước trước Covid-19.

Qua biểu đồ mô tả số liệu khảo sát, có thể thấy năng lực chuyển đổi số trước Covid-19 của doanh nghiệp FDI cao hơn đáng kể so với các doanh nghiệp trong nước. Điều này là hoàn toàn phù hợp vì rào cản trong ứng dụng công nghệ số lớn nhất đối với các doanh nghiệp là chi phí đầu tư trang thiết bị và nhân viên có hiểu biết và có khả năng ứng dụng công cụ kỹ thuật số, do vậy các doanh nghiệp FDI được kì vọng có nguồn lực dồi dào hơn về tài chính cũng như nhân lực có trình độ so với các doanh nghiệp trong nước. Trung bình năng lực chuyển đổi số hầu như mức 2 tức là khả năng chuyển đổi số từ 10-25%, trừ tiêu chuẩn tỷ lệ nhân viên có kiến thức và có thể sử dụng công cu kỹ thuật số ở mức 25-75%, đây cũng là dấu hiệu đáng mừng cho sự phát triển đúng đắn của doanh nghiệp muốn phát triển thì bước đầu tiên là đầu tư vào nguồn nhân lực.



Nguồn: Khảo sát doanh nghiệp, VCCI, 2020

Hình 2.32. Trung bình năng lực chuyển đổi số trước Covid-19 theo loại hình

Bảng 2.4. Năng lực chuyển đổi số của doanh nghiệp trước Covid-19 theo loại hình doanh nghiệp

Đơn vị: %

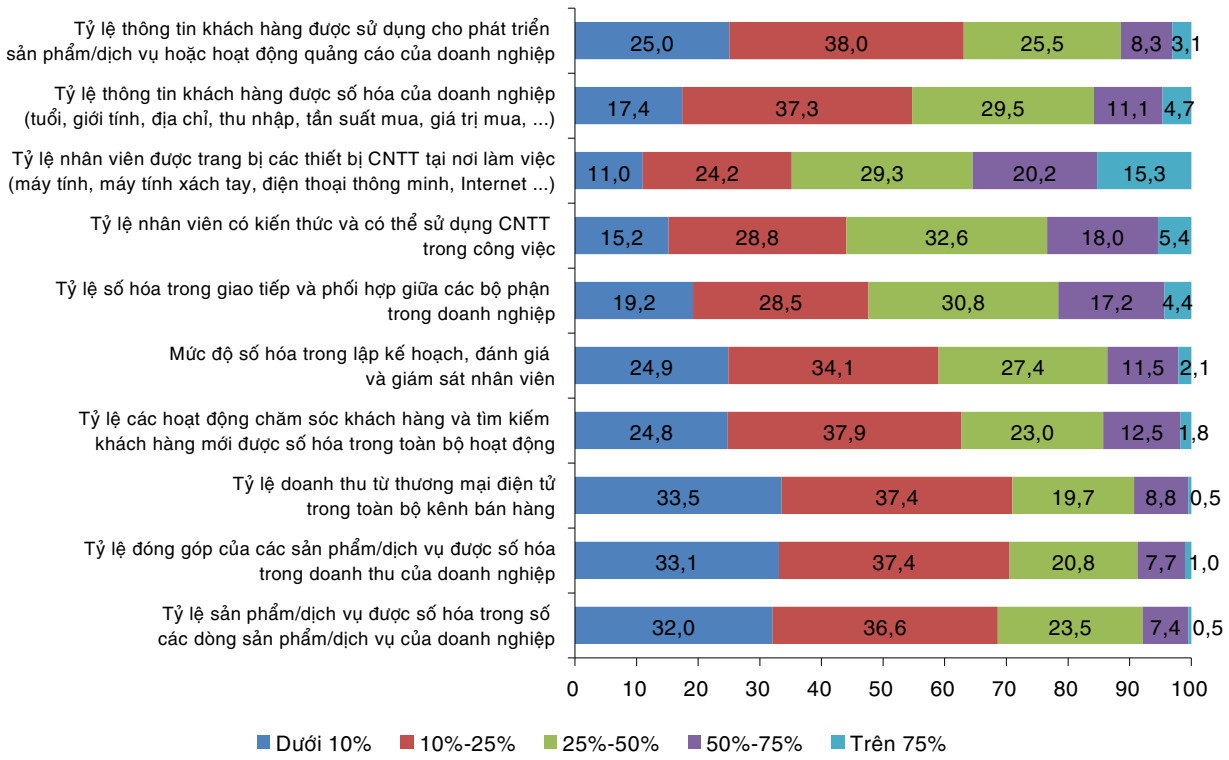
Tiêu chí	Doanh nghiệp trong nước					Doanh nghiệp FDI				
	Dưới 10%	Từ 10-25%	Từ 25-50%	Từ 50-75%	Trên 75%	Dưới 10%	Từ 1 0-25%	Từ 25-50%	Từ 50-75%	Trên 75%
1) Tỷ lệ sản phẩm/dịch vụ được số hóa trong số các dòng sản phẩm/dịch vụ của doanh nghiệp	54,52	29,87	12,08	2,86	0,67	39,78	25,81	24,73	7,53	2,15
2) Tỷ lệ đóng góp của các sản phẩm/dịch vụ được số hóa trong doanh thu của doanh nghiệp	53,72	31,76	11,15	2,36	1,01	43,00	25,81	21,51	8,60	1,08
3) Tỷ lệ doanh thu từ thương mại điện tử trong toàn bộ kênh bán hàng	54,39	29,39	11,82	3,72	0,68	41,30	29,35	17,39	10,87	1,09
4) Tỷ lệ các hoạt động chăm sóc khách hàng và tìm kiếm khách hàng mới được số hóa trong toàn bộ hoạt động	45,76	31,53	12,88	8,14	1,69	32,98	29,79	25,53	9,57	2,13
5) Mức độ số hóa trong lập kế hoạch, đánh giá và giám sát nhân viên	40,67	37,29	14,92	5,76	1,36	30,10	33,33	25,81	9,68	1,08
6) Tỷ lệ số hóa trong giao tiếp và phối hợp giữa các bộ phận trong doanh nghiệp.	33,22	33,56	24,16	7,38	1,68	24,73	31,18	23,66	17,20	3,23
7) Tỷ lệ nhân viên có kiến thức và có thể sử dụng CNTT trong công việc	23,91	40,74	22,22	11,11	2,02	25	28,26	29,35	10,87	6,52
8) Tỷ lệ nhân viên được trang bị các thiết bị CNTT tại nơi làm việc	22,90	30,97	22,56	12,46	11,11	21,51	17,20	30,11	17,20	13,98
9) Tỷ lệ thông tin khách hàng được số hóa của doanh nghiệp (tuổi, giới tính, địa chỉ, thu nhập,...)	33,67	34,69	21,09	7,14	3,41	29,03	30,11	25,81	10,75	4,30
10) Tỷ lệ thông tin khách hàng được sử dụng cho phát triển sản phẩm/dịch vụ hoặc hoạt động quảng cáo.	44,83	34,83	14,48	3,79	2,07	36,56	30,11	22,58	8,60	2,15

Nguồn: Khảo sát doanh nghiệp, VCCI, 2020

2.5.2. Năng lực chuyển đổi số của doanh nghiệp hiện nay trong bối cảnh Covid-19

Năng lực chuyển đổi số hiện nay của các doanh nghiệp nói chung được mô tả chi tiết trong hình 2.33. Dịch bệnh Covid-19 bùng phát đã gây nên những xáo trộn to lớn trên mọi phương diện và lĩnh vực của đời sống kinh tế xã hội. Hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp phải điều chỉnh liên tục với những thách thức lớn chưa từng có. Doanh nghiệp đã bắt đầu nhận thấy nhu cầu về việc hoạt động sản xuất kinh doanh và khía cạnh chuyển đổi số phối hợp đồng thời với nhau để giúp cho doanh nghiệp thích ứng và trở lại bình thường. Vì thế mà trên tất cả các tiêu chí, tỷ lệ số hóa ở nhiều lĩnh vực trong doanh nghiệp đã tăng lên đáng kể so với thời điểm trước Covid-19 với số lượng lớn hơn các doanh nghiệp đạt tỷ lệ số hóa trên các lĩnh vực trên 50% và trên 75%.

Đơn vị: %



Nguồn: Khảo sát doanh nghiệp, VCCI, 2020

Hình 2.33. Năng lực chuyển đổi số của doanh nghiệp hiện nay

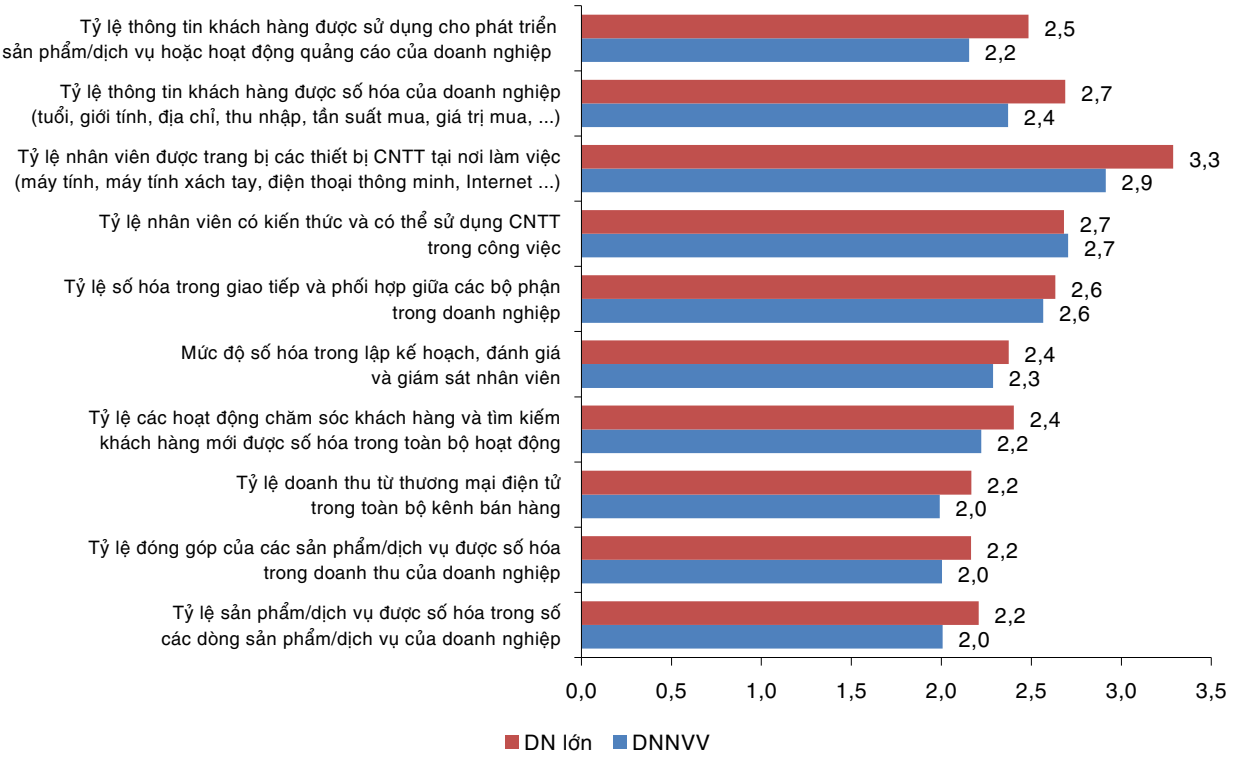
Một vài tiêu chí vẫn tiếp tục dẫn đầu về mức độ chuyển đổi số như tỷ lệ nhân viên được trang bị các thiết bị CNTT tại nơi làm việc hay tỷ lệ nhân viên có kiến thức và khả năng sử dụng CNTT trong doanh nghiệp. Các tiêu chí khác tuy không có sự thay đổi đáng kể về

mặt thứ tự cao thấp, xong đang dần trở nên đồng bộ hơn về mức độ chuyển đổi số, không còn phân hóa nhiều như trước Covid-19. Một số tiêu chí như tỷ lệ đóng góp của các sản phẩm/dịch vụ được số hóa trong doanh thu của doanh nghiệp hay tỷ lệ sản phẩm/dịch vụ được số hóa trong số các dòng sản phẩm/dịch vụ của doanh nghiệp đã thay đổi đáng kể theo chiều hướng tích cực, số lượng doanh nghiệp đánh giá các tỷ lệ này ở mức dưới 10% chỉ còn chiếm khoảng 1/3.

2.5.2.1. Năng lực chuyển đổi số hiện nay của doanh nghiệp theo quy mô

Trung bình năng lực chuyển đổi số của doanh nghiệp nhỏ và vừa so với các doanh nghiệp lớn được mô tả trong hình 2.34.

Đơn vị: %



Nguồn: Khảo sát doanh nghiệp, VCCI, 2020

Hình 2.34. Trung bình năng lực chuyển đổi số của doanh nghiệp hiện nay so sánh theo quy mô doanh nghiệp

Từ phân tích thống kê số liệu cho thấy hiện nay các doanh nghiệp lớn có năng lực chuyển đổi cao hơn so với các doanh nghiệp nhỏ và vừa. Tuy nhiên, về tiêu chí "Tỷ lệ nhân viên có kiến thức và có thể sử dụng CNTT trong công việc" ở doanh nghiệp nhỏ và vừa lại có điểm trung bình cao hơn hay nói cách khác ở các doanh nghiệp nhỏ và vừa tỷ lệ nhân viên có kiến thức và có thể sử dụng công nghệ thông tin cao hơn. Điều này phù hợp, các doanh nghiệp nhỏ và vừa có nguồn lực tài chính hạn chế, họ phải lựa chọn đầu tư cho hiệu quả và đầu tư nguồn nhân lực là yếu tố then chốt hàng đầu mà khối doanh nghiệp nhỏ và vừa lựa chọn.

Phân tích cũng cho thấy năng lực chuyển đổi số ở các mặt như tỷ lệ nhân viên được trang bị các thiết bị CNTT tại nơi làm việc (máy tính, máy tính xách tay, điện thoại thông minh, Internet...) là cao nhất, tiếp đến là năng lực chuyển đổi số ở các tiêu chí: tỷ lệ thông tin khách hàng được số hóa của doanh nghiệp (tuổi, giới tính, địa chỉ, thu nhập, tần suất mua, giá trị mua,...); tỷ lệ nhân viên có kiến thức và có thể sử dụng CNTT trong công việc; tỷ lệ số hóa trong giao tiếp và phối hợp giữa các bộ phận trong doanh nghiệp. Điều này là tất yếu theo quy luật phát triển, muốn phát triển doanh nghiệp dựa vào công nghệ số thì các trang thiết bị về công cụ kỹ thuật số tối thiểu phải được trang bị.

Qua mô tả thống kê từ dữ liệu khảo sát cũng cho thấy trung bình năng lực chuyển đổi số hiện nay của các doanh nghiệp bao gồm doanh nghiệp nhỏ và vừa hay doanh nghiệp lớn đều cao hơn đáng kể so với trước khi có Covid-19. Điều này có thể khẳng định Covid-19 thực sự có tác động hầu hết đến các doanh nghiệp về năng lực chuyển đổi số.

Bảng 2.5. Năng lực chuyển đổi số hiện nay của doanh nghiệp theo quy mô

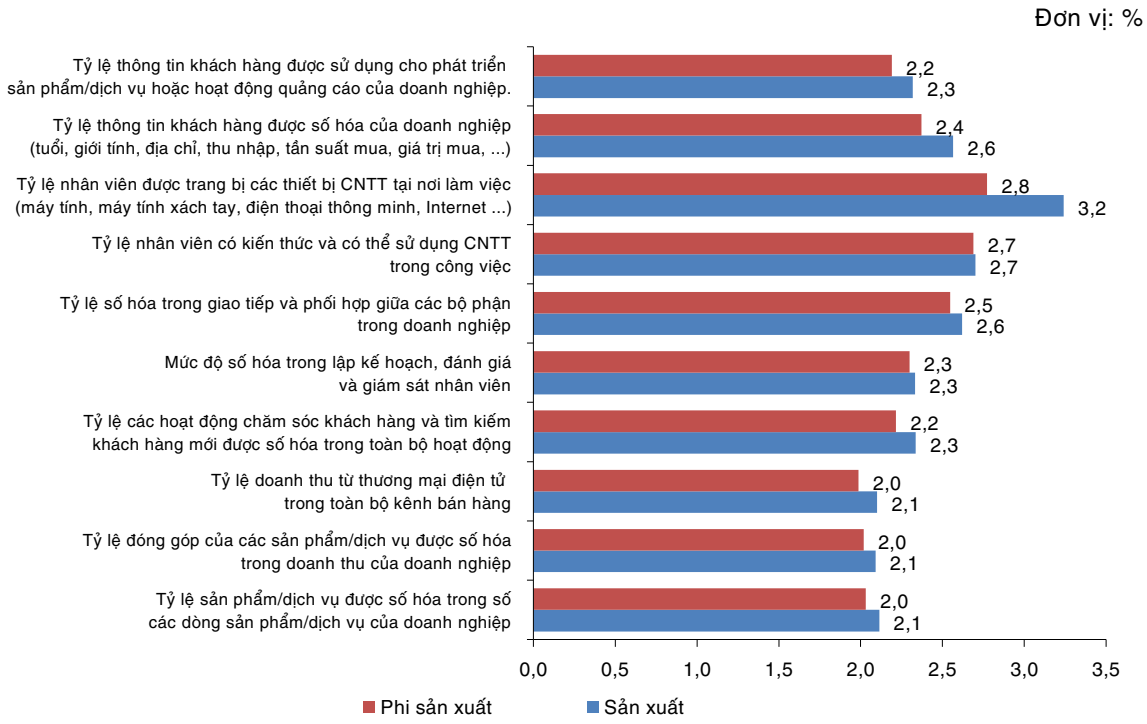
Đơn vị: %

Tiêu chí	Doanh nghiệp nhỏ và vừa					Doanh nghiệp lớn				
	Dưới 10%	Từ 10-25%	Từ 25-50%	Từ 50-75%	Trên 75%	Dưới 10%	Từ 10-25%	Từ 25-50%	Từ 50-75%	Trên 75%
1) Tỷ lệ sản phẩm/dịch vụ được số hóa trong số các dòng sản phẩm/dịch vụ của doanh nghiệp	32,94	40,47	19,84	6,35	0,40	30,21	29,50	30,22	9,35	0,72
2) Tỷ lệ đóng góp của các sản phẩm/dịch vụ được số hóa trong doanh thu của doanh nghiệp	32,27	42,23	19,12	5,58	0,80	34,53	28,78	23,74	11,51	1,44
3) Tỷ lệ doanh thu từ thương mại điện tử trong toàn bộ kênh bán hàng	33,20	41,70	18,22	6,48	0,40	34,04	29,71	22,46	13,04	0,75
4) Tỷ lệ các hoạt động chăm sóc khách hàng và tìm kiếm khách hàng mới được số hóa trong toàn bộ hoạt động	24,21	41,2	23,81	9,52	1,26	25,90	31,65	21,58	17,99	2,88
5) Mức độ số hóa trong lập kế hoạch, đánh giá và giám sát nhân viên	24,70	34,26	29,88	9,96	1,20	25,18	33,81	23,02	14,39	3,60
6) Tỷ lệ số hóa trong giao tiếp và phối hợp giữa các bộ phận trong doanh nghiệp.	18,73	29,08	32,66	15,94	3,59	20,14	27,34	27,34	19,42	5,76
7) Tỷ lệ nhân viên có kiến thức và có thể sử dụng CNTT trong công việc	14,34	28,69	33,47	19,12	4,38	16,67	28,99	31,15	15,94	7,25
8) Tỷ lệ nhân viên được trang bị các thiết bị CNTT tại nơi làm việc	10,28	28,06	32,41	18,58	10,67	12,23	17,27	23,74	23,02	23,74
9) Tỷ lệ thông tin khách hàng được số hóa của doanh nghiệp (tuổi, giới tính, địa chỉ, thu nhập,...)	18,55	40,32	29,03	9,68	2,42	15,22	31,88	30,43	13,77	8,70
10) Tỷ lệ thông tin khách hàng được sử dụng cho phát triển sản phẩm/dịch vụ hoặc hoạt động quảng cáo.	27,24	39,42	25,61	6,10	1,63	21,01	35,51	25,36	12,32	5,80

Nguồn: Khảo sát doanh nghiệp, VCCI, 2020

2.5.2.2. Năng lực chuyển đổi số hiện nay của doanh nghiệp theo lĩnh vực

Trung bình năng lực chuyển đổi số của doanh nghiệp sản xuất chế biến so với các doanh nghiệp phi sản xuất được mô tả như hình 2.25.



Nguồn: Khảo sát doanh nghiệp, VCCI, 2020

Hình 2.35. Năng lực chuyển đổi số của doanh nghiệp hiện nay theo lĩnh vực

Từ thống kê mô tả số liệu cho thấy hiện nay các doanh nghiệp sản xuất chế biến có năng lực chuyển đổi cao hơn so với các doanh nghiệp phi sản xuất ở tất cả các tiêu chí khảo sát. Các tiêu chí: tỷ lệ nhân viên có kiến thức và có thể sử dụng CNTT trong công việc; tỷ lệ số hóa trong giao tiếp và phối hợp giữa các bộ phận trong doanh nghiệp; và tỷ lệ nhân viên được trang bị các thiết bị CNTT tại nơi làm việc (máy tính, máy tính xách tay, điện thoại thông minh, Internet...) đang được các doanh nghiệp trong lĩnh vực sản xuất và lĩnh vực phi sản xuất thúc đẩy mạnh từ 25%-50% trong khi các tiêu chí còn lại chiếm từ 10%-25%.

Từ phân tích thống kê cũng khẳng định năng lực chuyển đổi số của doanh nghiệp ở các lĩnh vực bao gồm sản xuất và phi sản xuất hiện nay đều cao hơn một cách đáng kể so với trước Covid-19. Điều này cũng có thể khẳng định Covid-19 thực sự đã tác động đến tất cả các ngành bao gồm lĩnh vực sản xuất hay lĩnh vực phi sản xuất đồng thời điều này cũng cho thấy việc ứng dụng công cụ kỹ thuật số trong các doanh nghiệp được kỳ vọng sẽ có thể khắc phục được khó khăn trong bối cảnh dịch bệnh lan tràn.

Bảng 2.6. Năng lực chuyển đổi số hiện nay của doanh nghiệp theo lĩnh vực kinh doanh

Đơn vị: %

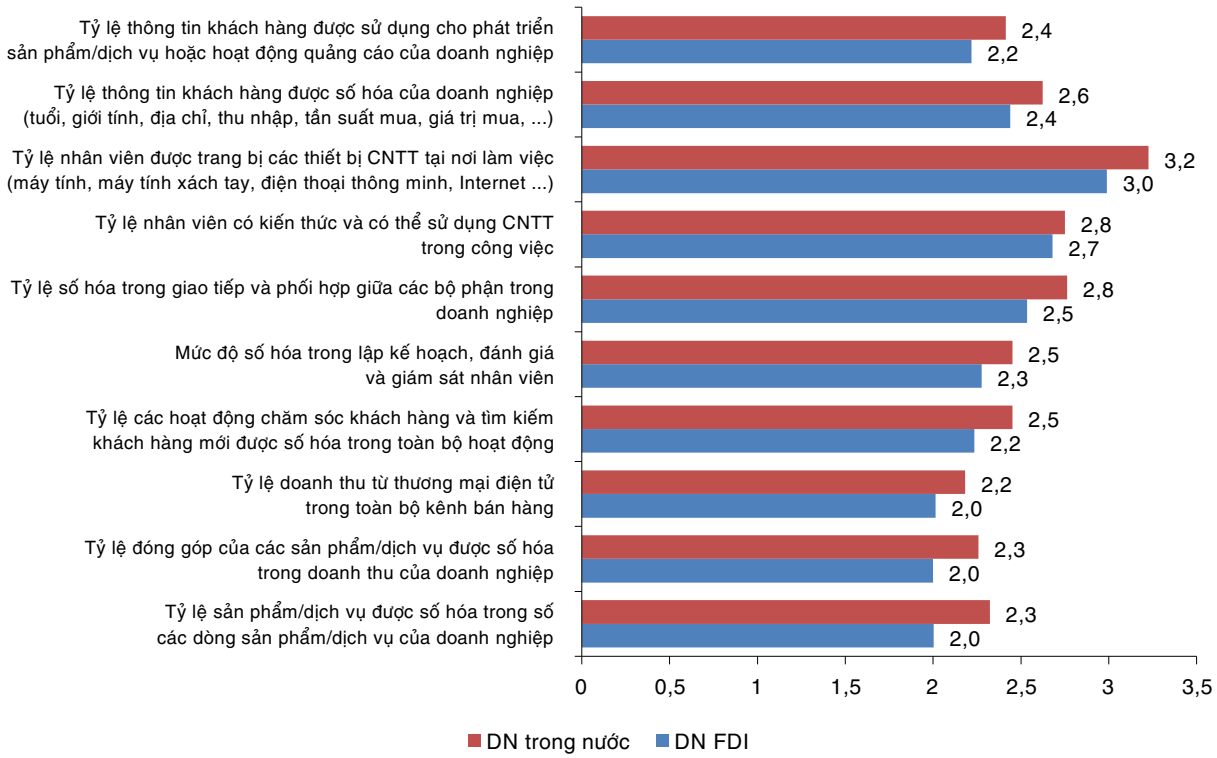
Tiêu chí	Doanh nghiệp sản xuất chế biến					Doanh nghiệp không phải sản xuất				
	Dưới 10%	Từ 10-25%	Từ 25-50%	Từ 50-75%	Trên 75%	Dưới 10%	Từ 10-25%	Từ 25-50%	Từ 50-75%	Trên 75%
1) Tỷ lệ sản phẩm/dịch vụ được số hóa trong số các dòng sản phẩm/dịch vụ của doanh nghiệp	31,88	34,05	25,33	8,30	0,44	32,10	40,12	20,99	6,17	0,62
2) Tỷ lệ đóng góp của các sản phẩm/dịch vụ được số hóa trong doanh thu của doanh nghiệp	32,61	35,65	22,17	9,13	0,44	33,75	39,99	18,75	5,63	1,88
3) Tỷ lệ doanh thu từ thương mại điện tử trong toàn bộ kênh bán hàng	32,60	36,12	19,82	11,45	0,01	34,81	39,24	19,62	5,06	1,27
4) Tỷ lệ các hoạt động chăm sóc khách hàng và tìm kiếm khách hàng mới được số hóa trong toàn bộ hoạt động	25,33	34,93	22,27	15,72	1,75	24,07	41,98	24,07	8,02	1,86
5) Mức độ số hóa trong lập kế hoạch, đánh giá và giám sát nhân viên	25,76	33,19	24,89	14,41	1,75	23,60	35,40	31,06	7,45	2,49
6) Tỷ lệ số hóa trong giao tiếp và phối hợp giữa các bộ phận trong doanh nghiệp.	17,90	30,57	27,95	18,78	4,80	21,12	25,47	34,77	14,91	3,73
7) Tỷ lệ nhân viên có kiến thức và có thể sử dụng CNTT trong công việc	16,67	26,75	32,46	17,98	6,14	13,04	31,68	32,92	18,01	4,35
8) Tỷ lệ nhân viên được trang bị các thiết bị CNTT tại nơi làm việc	10,48	18,78	28,38	20,96	21,40	11,66	31,90	30,67	19,02	6,75
9) Tỷ lệ thông tin khách hàng được số hóa của doanh nghiệp (tuổi, giới tính, địa chỉ, thu nhập,...)	14,98	37,44	29,52	12,33	5,73	20,75	37,11	29,56	9,43	3,15
10) Tỷ lệ thông tin khách hàng được sử dụng cho phát triển sản phẩm/dịch vụ hoặc hoạt động quảng cáo.	22,57	40,26	23,45	10,18	3,54	28,48	34,81	28,48	5,70	2,53

Nguồn: Khảo sát doanh nghiệp, VCCI, 2020

2.5.2.3. Năng lực chuyển đổi số hiện nay của doanh nghiệp theo loại hình doanh nghiệp

Trung bình năng lực chuyển đổi số của doanh nghiệp FDI và các doanh nghiệp trong nước được mô tả như hình 2.36.

Đơn vị: %



Nguồn: Khảo sát doanh nghiệp, VCCI, 2020

Hình 2.36. Năng lực chuyển đổi số của doanh nghiệp hiện nay theo loại hình

Từ phân tích thống kê cho thấy hiện nay các doanh nghiệp FDI có năng lực chuyển đổi số cao hơn đáng kể so với các doanh nghiệp trong nước ở tất cả các tiêu chí khảo sát. Trong đó, các tiêu chí: tỷ lệ nhân viên có kiến thức và có thể sử dụng CNTT trong công việc; tỷ lệ nhân viên được trang bị các thiết bị CNTT tại nơi làm việc (máy tính, máy tính xách tay, điện thoại thông minh, Internet...) và tỷ lệ số hóa trong giao tiếp và phối hợp giữa các bộ phận trong doanh nghiệp đang được các doanh nghiệp thúc đẩy mạnh từ 25-50% trong khi các tiêu chí còn lại chiếm từ 10%-25%. Điều này phù hợp với quy luật nguyên tắc phát triển chung của doanh nghiệp trong bối cảnh công nghệ số đang được ưu tiên phát triển và đang là xu thế chung của tất cả các loại hình doanh nghiệp.

Với kết quả thống kê mô tả số liệu cũng có thể nhận thấy trung bình năng lực chuyển đổi số của các doanh nghiệp theo các loại hình doanh nghiệp, chẳng hạn doanh nghiệp FDI hoặc doanh nghiệp nhà nước, tư nhân hoăc các doanh nghiệp khác đều cao hơn đáng kể so với trước Covid-19. Điều này cũng có thể khẳng định, Covid-19 đã góp phần thúc đẩy các doanh nghiệp ứng dụng cao hơn các công cụ kỹ thuật số. Đây cũng là dấu hiệu khả quan, các doanh nghiệp nhận thức được vai trò quan trọng của công nghệ số trong quá trình tồn tại, cạnh tranh và phát triển của doanh nghiệp

Bảng 2.7. Năng lực chuyển đổi số hiện nay của doanh nghiệp theo khu vực doanh nghiệp

Đơn vị: %

Tiêu chí	Doanh nghiệp trong nước					Doanh nghiệp FDI				
	Dưới 10%	Từ 10-25%	Từ 25-50%	Từ 50-75%	Trên 75%	Dưới 10%	Từ 10-25%	Từ 25-50%	Từ 50-75%	Trên 75%
1) Tỷ lệ sản phẩm/dịch vụ được số hóa trong số các dòng sản phẩm/dịch vụ của doanh nghiệp	34,23	37,58	22,15	5,70	0,34	24,73	33,33	27,96	12,90	1,08
2) Tỷ lệ đóng góp của các sản phẩm/dịch vụ được số hóa trong doanh thu của doanh nghiệp	34,68	38,04	20,88	5,39	1,01	27,96	35,48	20,43	15,05	1,08
3) Tỷ lệ doanh thu từ thương mại điện tử trong toàn bộ kênh bán hàng	34,59	37,33	20,55	7,19	0,34	30,11	37,63	17,20	13,98	1,08
4) Tỷ lệ các hoạt động chăm sóc khách hàng và tìm kiếm khách hàng mới được số hóa trong toàn bộ hoạt động	25,17	38,92	24,83	9,40	1,68	23,66	34,41	17,20	22,58	2,15
5) Mức độ số hóa trong lập kế hoạch, đánh giá và giám sát nhân viên	25,93	33,67	29,29	9,09	2,02	21,51	35,48	21,51	19,35	2,15
6) Tỷ lệ số hóa trong giao tiếp và phối hợp giữa các bộ phận trong doanh nghiệp.	20,54	27,61	32,32	16,84	2,69	15,05	31,18	25,81	18,28	9,68
7) Tỷ lệ nhân viên có kiến thức và có thể sử dụng CNTT trong công việc	14,81	29,97	31,98	18,86	4,38	16,30	25,00	34,78	15,22	8,70
8) Tỷ lệ nhân viên được trang bị các thiết bị CNTT tại nơi làm việc	10,37	27,42	29,10	19,06	14,05	12,90	13,98	30,11	23,66	19,35
9) Tỷ lệ thông tin khách hàng được số hóa của doanh nghiệp (tuổi, giới tính, địa chỉ, thu nhập,...)	19,11	35,49	31,40	10,24	3,76	11,83	43,00	23,66	13,98	7,53
10) Tỷ lệ thông tin khách hàng được sử dụng cho phát triển sản phẩm/dịch vụ hoặc hoạt động quảng cáo.	27,40	35,96	26,71	7,19	2,74	17,39	44,56	21,74	11,96	4,35

Nguồn: Khảo sát doanh nghiệp, VCCI, 2020

VNPT E-INVOICE
Hóa đơn kỷ nguyên số

DỊCH VỤ HÓA ĐƠN ĐIỆN TỬ CỦA VNPT

- **Chủ động** phát hành
- **Tiết kiệm** chi phí, thời gian
- **Lưu trữ** an toàn, dễ dàng tra cứu
- **Tích hợp** dễ dàng với các phần mềm kế toán

https://vnpt.com.vn Tổng đài miễn phí: **18001260** Sản phẩm của VNPT

HOÁ ĐƠN ĐIỆN TỬ VNPT E-INVOICE ĐEM ĐẾN NHIỀU TIỆN ÍCH CHO DOANH NGHIỆP

Hoá đơn điện tử VNPT E-INVOICE của VNPT sẽ đem đến nhiều tiện ích cho doanh nghiệp khi các doanh nghiệp bắt buộc phải sử dụng hóa đơn điện tử, thay thế hóa đơn giấy truyền thống kể từ ngày 01/7/2022.

Theo Luật Quản lý thuế số 38/2019/QH14, từ ngày 01/7/2022, các doanh nghiệp bắt buộc phải sử dụng hóa đơn điện tử (HĐĐT). Đây được đánh giá là chính sách quyết liệt, tăng cường tính minh bạch và giúp cơ quan thuế theo dõi, giám sát các hoạt động kinh tế,…

Đặc biệt, về phía doanh nghiệp, việc sử dụng HĐĐT sẽ mang đến nhiều lợi ích cốt lõi, từ tiết kiệm chi phí đến đổi mới cách thức vận hành.

Tiết kiệm thời gian và chi phí

Để sử dụng hóa đơn giấy truyền thống, doanh nghiệp sẽ phải đầu tư nhiều khoản chi phí như in ấn, vận chuyển, lưu trữ hóa đơn,… Theo số liệu khảo sát của Tổng cục Thuế, chi phí cao nhất mà doanh nghiệp sử dụng hóa đơn tự in là khoảng 2.500 đồng/tờ hóa đơn. Chi phí cao nhất đặt in hóa đơn là 2.000 đồng/tờ hóa đơn.

Trong khi đó, một HĐĐT chỉ có giá chỉ từ 300đ. Chưa kể, doanh nghiệp sẽ không tốn chi phí vận chuyển hay lưu trữ. Như vậy ước tính, loại hóa đơn này sẽ giúp doanh nghiệp tiết kiệm 80% chi phí so với hóa đơn giấy.

Cùng với đó, thời gian giao – nhận hóa đơn sẽ được rút ngắn từ vài ngày xuống vài phút bởi toàn bộ quy trình viết và xuất hóa đơn đều được thực hiện trên máy tính. Sau vài cú click chuột, bên mua hàng sẽ nhận được hóa đơn tại bất kì nơi nào, chỉ cần có kết nối Internet.

Ngăn chặn tình trạng làm giả hóa đơn

Đối với HĐĐT, cơ quan thuế sẽ sử dụng một mã xác thực riêng. Cụ thể, người bán sẽ lập hóa đơn, ký điện tử rồi gửi lên hệ thống của cơ quan thuế. Sau đó, cơ quan này sẽ cấp một mã số duy nhất và gắn lên HĐĐT đó. Vì vậy, đây là loại hóa đơn không thể làm giả.

Doanh nghiệp cũng có thể dễ dàng kiểm tra nguồn gốc hóa đơn thông qua mã số trên bằng cách truy cập webstite của nhà cung cấp dịch vụ hóa đơn điện tử để đối chiếu, kiểm tra.

Giảm thủ tục hành chính

Một trong những đầu việc chiếm nhiều thời gian và công sức tại các doanh nghiệp đó thực hiện báo cáo tình hình sử dụng hóa đơn mỗi quý. Tuy nhiên, với HĐĐT, doanh nghiệp không cần phải lập báo cáo trên bởi mọi thông tin đều được Tổng cục Thuế lưu trữ qua hệ thống phần mềm.

Giải pháp hóa đơn điện tử đoạt giải Vàng quốc tế

Là doanh nghiệp tiên phong trong công cuộc chuyển đổi số tại Việt Nam, Tập đoàn VNPT đã xây dựng và phát triển nhiều giải pháp công nghệ hiện đại, ưu việt, trong đó phải kể đến hóa đơn điện tử VNPT E-INVOICE.

Giải pháp này cho phép khách hàng kết nối nhanh chóng với các phần mềm có sẵn của doanh nghiệp như phần mềm bán hàng, phần mềm kế toán. Nhờ vậy, quá trình xuất hóa đơn diễn ra nhanh chóng, thuận tiện. Đồng thời, doanh nghiệp có thể thống kê, báo cáo, xuất dữ liệu ra các chương trình khai thuế như HTKK, TVAN,… từ đó tiết kiệm đáng kể thời gian lập tờ khai thuế.

VNPT E-INVOICE. được phát triển dựa trên những công nghệ bảo mật hiện đại, gia tăng mức độ an toàn đối với dữ liệu của khách hàng.

Cụ thể, dữ liệu của doanh nghiệp sẽ được lưu trữ trên máy chủ đặt tại Hệ thống IDC của VNPT đạt chuẩn Tier3 quốc tế và nhiều lớp bảo mật Firewall. Vậy nên, dữ liệu sẽ được tự động sao lưu, không bao giờ bị mất và có thể tải lại bất cứ lúc nào. Đặc biệt, khi sử dụng VNPT E-INVOICE, doanh nghiệp sẽ được lưu trữ miễn phí dữ liệu hóa đơn trong 10 năm.

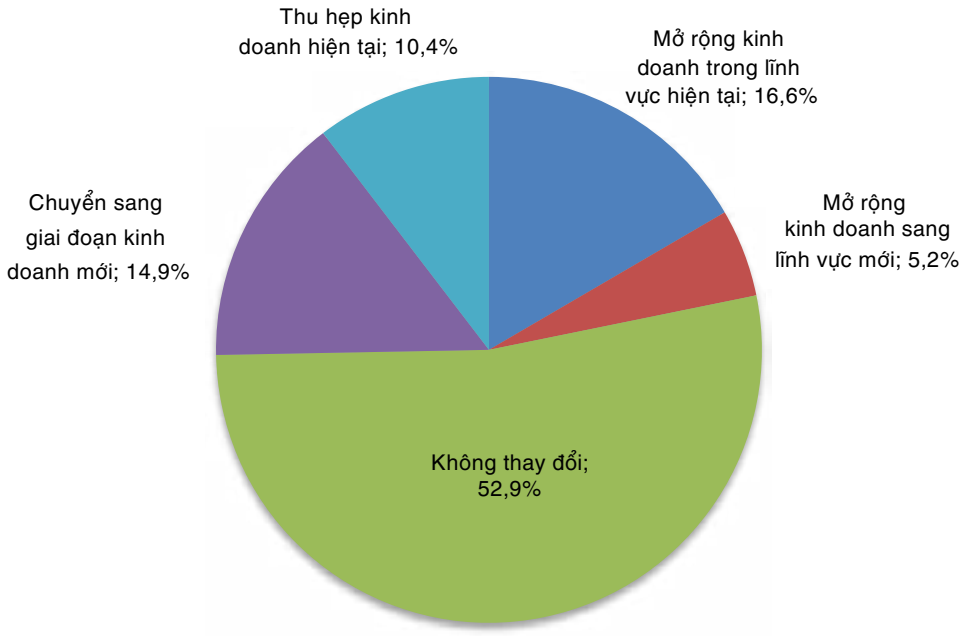
Như một sự khẳng định cho chất lượng vượt trội của VNPT E-INVOICE, giải pháp này vừa giành giải Vàng tại hạng mục Giải thưởng Đột phá về Quản lý Tài chính tại Stevie Awards châu Á – Thái Bình Dương 2020. Đây là một giải thưởng quốc tế uy tín, đánh dấu bước vươn mình của giải pháp công nghệ Việt Nam ra thị trường thế giới.

CHƯƠNG 3

TRIỂN VỌNG KINH DOANH VÀ GIẢI PHÁP THÚC ĐẨY CHUYỂN ĐỔI SỐ CHO DOANH NGHIỆP

3.1. KẾ HOẠCH KINH DOANH CỦA DOANH NGHIỆP 6 THÁNG CUỐI NĂM 2020

Tuy tình hình dịch bệnh trong nước bắt đầu có những dấu hiệu tích cực, trên thế giới, dịch bệnh vẫn còn đang diễn biến hết sức phức tạp, kéo dài, đặc biệt các nước là đối tác thị trường quan trọng của Việt Nam như Hoa Kỳ, Nhật Bản, châu Âu,… Do đó, tình trạng đứt gãy chuỗi cung ứng, chuỗi giá trị vẫn chưa thể khắc phục ngay trong thời gian tới, sẽ tiếp tục gây ảnh hưởng lớn tới các doanh nghiệp, đặc biệt những doanh nghiệp có đầu vào, đầu ra phụ thuộc vào thị trường quốc tế, tham gia sâu vào mạng lưới sản xuất, chuỗi giá trị toàn cầu như dệt may, da giầy, du lịch, hàng không, nhà hàng, khách sạn, logistics… Điều này khiến cho hơn 10% số doanh nghiệp dự định sẽ thu hẹp kinh doanh trong thời gian tới.



Nguồn: Khảo sát doanh nghiệp, VCCI, 2020

Hình 3.1. Kế hoạch kinh doanh của doanh nghiệp 6 tháng cuối năm 2020

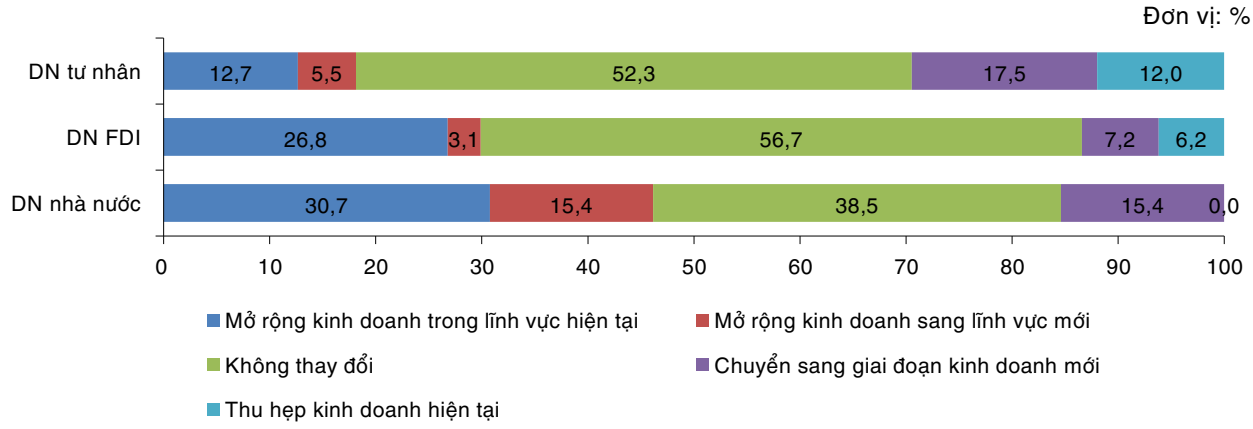
Bên cạnh đó, kết quả khảo sát cũng cho thấy, hơn một nửa số doanh nghiệp cho biết trong nửa cuối năm 2020 sẽ tiếp tục duy trì trạng thái kinh doanh như hiện tại. Tình hình dịch bệnh trên thế giới chưa được kiểm soát hoàn toàn, nền kinh tế còn chứa đựng nhiều rủi ro nên đa phần doanh nghiệp vẫn tồn tại tâm lý dè chừng, không dám mạo hiểm. Bên cạnh đó, Việt Nam tuy đã phải đón nhận làn sóng dịch bệnh thứ 2, song, Chính phủ vẫn nỗ lực kiểm soát được tình hình và cố gắng để các hoạt động kinh tế không bị gián đoạn

quá nhiều, đồng thời các biện pháp hỗ trợ doanh nghiệp vượt qua Covid-19 dần phát huy tác dụng. Chính vì vậy, tâm lý của một số doanh nghiệp trở nên ổn định và lạc quan hơn, thậm chí có tỷ lệ không nhỏ doanh nghiệp dự định sẽ mở rộng kinh doanh trong lĩnh vực hiện tại hoặc chuyển sang giai đoạn kinh doanh mới, chiếm lần lượt 16,6% và 14,9%.

Số liệu thống kê cho thấy có 5,2% số doanh nghiệp dự định sẽ mở rộng kinh doanh của doanh nghiệp sang lĩnh vực mới. Mặc dù chịu nhiều ảnh hưởng của dịch bệnh nhưng đây cũng là cơ hội để các doanh nghiệp tự làm mới mình, tìm ra những hướng đi mới phù hợp với nhu cầu thị trường để tồn tại và phát triển mạnh mẽ hơn. Một số doanh nghiệp nhạy bén sẽ chuyển trạng thái từ "đóng băng" sang nắm bắt ngay những thời cơ mới để phát triển.

Kế hoạch kinh doanh cho 6 tháng cuối năm 2020 có sự khác biệt đáng kể giữa các nhóm doanh nghiệp, nhóm doanh nghiệp nhà nước có sự xáo trộn lớn nhất về kế hoạch kinh doanh với trên 60% doanh nghiệp nhà nước có sự thay đổi, cụ thể là 30,8% doanh nghiệp nhà nước có kế hoạch mở rộng kinh doanh trong lĩnh vực hiện tại, 15,4% doanh nghiệp nhà nước có kế hoạch mở rộng kinh doanh sang lĩnh vực mới và 15,4% doanh nghiệp nhà nước có kế hoạch chuyển sang giai đoạn kinh doanh mới.

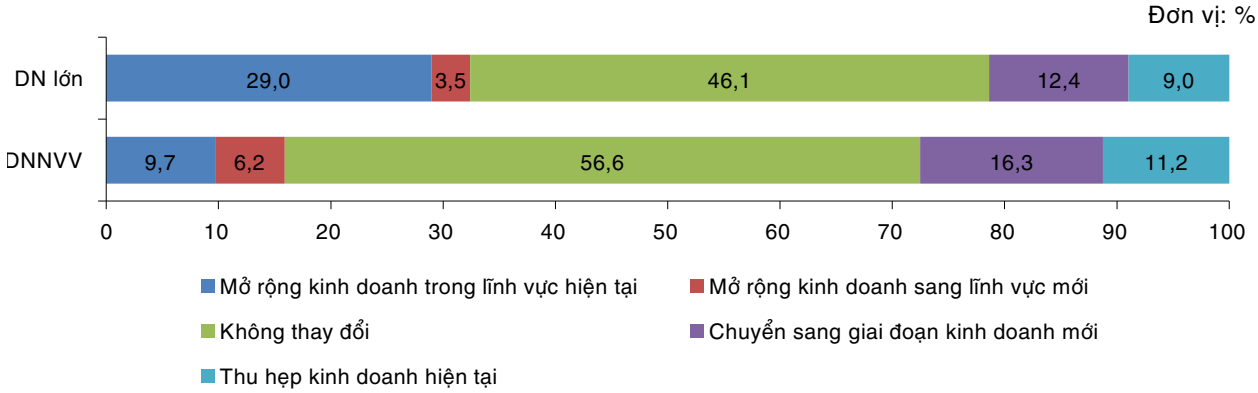
Nhóm doanh nghiệp khu vực tư nhân trong nước cũng có khoảng gần 50% số lượng doanh nghiệp có sự thay đổi về kế hoạch kinh doanh, tuy nhiên phần lớn các doanh nghiệp này có kế hoạch chuyển sang giai đoạn kinh doanh mới (17,5%), tỉ lệ doanh nghiệp khu vực tư nhân trong nước có kế hoạch mở rộng kinh doanh trong lĩnh vực hiện tại (12,7%) khá tương đồng với tỉ lệ doanh nghiệp khu vực tư nhân trong nước có kế hoạch thu hẹp kinh doanh trong lĩnh vực hiện tại (12%). Chỉ khoảng trên 40% doanh nghiệp FDI có sự thay đổi về kế hoạch kinh doanh và có vẻ dịch Covid-19 giúp các doanh nghiệp này nhìn thấy cơ hội kinh doanh trong lĩnh vực hiện tại bởi vì có tới 26,8% doanh nghiệp FDI sẽ có kế hoạch mở rộng kinh doanh trong lĩnh vực hiện tại.



Nguồn: Khảo sát doanh nghiệp, VCCI, 2020

Hình 3.2. Tác động của Covid-19 tới kế hoạch kinh doanh của các nhóm doanh nghiệp phân theo loại hình doanh nghiệp

Hình 3.3 thể hiện sự khác biệt về lựa chọn phát triển kinh doanh trong giai đoạn tới giữa các doanh nghiệp có quy mô khác nhau. Kế hoạch kinh doanh cho 6 tháng cuối năm 2020 của các doanh nghiệp nhỏ và vừa có vẻ ổn định hơn so với các doanh nghiệp lớn với 56,6% các doanh nghiệp nhỏ và vừa không thay đổi kế hoạch kinh doanh trong khi đó chỉ có 46,2% các doanh nghiệp lớn không thay đổi kế hoạch kinh doanh.



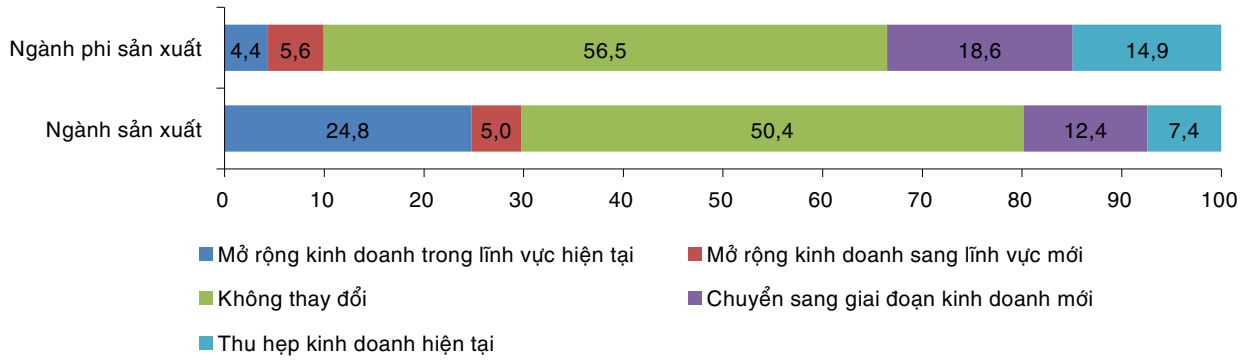
Nguồn: Khảo sát doanh nghiệp, VCCI, 2020

Hình 3.3. Tác động của Covid-19 tới kế hoạch kinh doanh của các nhóm doanh nghiệp phân theo quy mô doanh nghiệp

Việc thay đổi kế hoạch kinh doanh của các doanh nghiệp lớn phần lớn lại tập trung vào mở rộng kinh doanh trong lĩnh vực hiện tại (29%) trong khi đó việc thay đổi kế hoạch kinh doanh của các doanh nghiệp nhỏ và vừa lại thiên về chuyển sang giai đoạn kinh doanh mới (16,3%) hoặc thu hẹp kinh doanh hiện tại (11,2%).

Kế hoạch kinh doanh cho 6 tháng cuối năm 2020 của các doanh nghiệp thuộc lĩnh vực sản xuất và các doanh nghiệp thuộc ngành không sản xuất có những điểm trái ngược nhau. Nếu như kế hoạch kinh doanh của các doanh nghiệp thuộc lĩnh vực sản xuất thay đổi theo hướng mở rộng kinh doanh trong lĩnh vực hiện tại (24,8%) và chuyển sang giai đoạn kinh doanh mới (12,4%) thì kế hoạch kinh doanh của các doanh nghiệp thuộc ngành không sản xuất thay đổi theo hướng chuyển sang giai đoạn kinh doanh mới (18,6%) và thu hẹp kinh doanh trong lĩnh vực hiện tại (14,9%).

Đơn vị: %



Nguồn: Khảo sát doanh nghiệp, VCCI, 2020

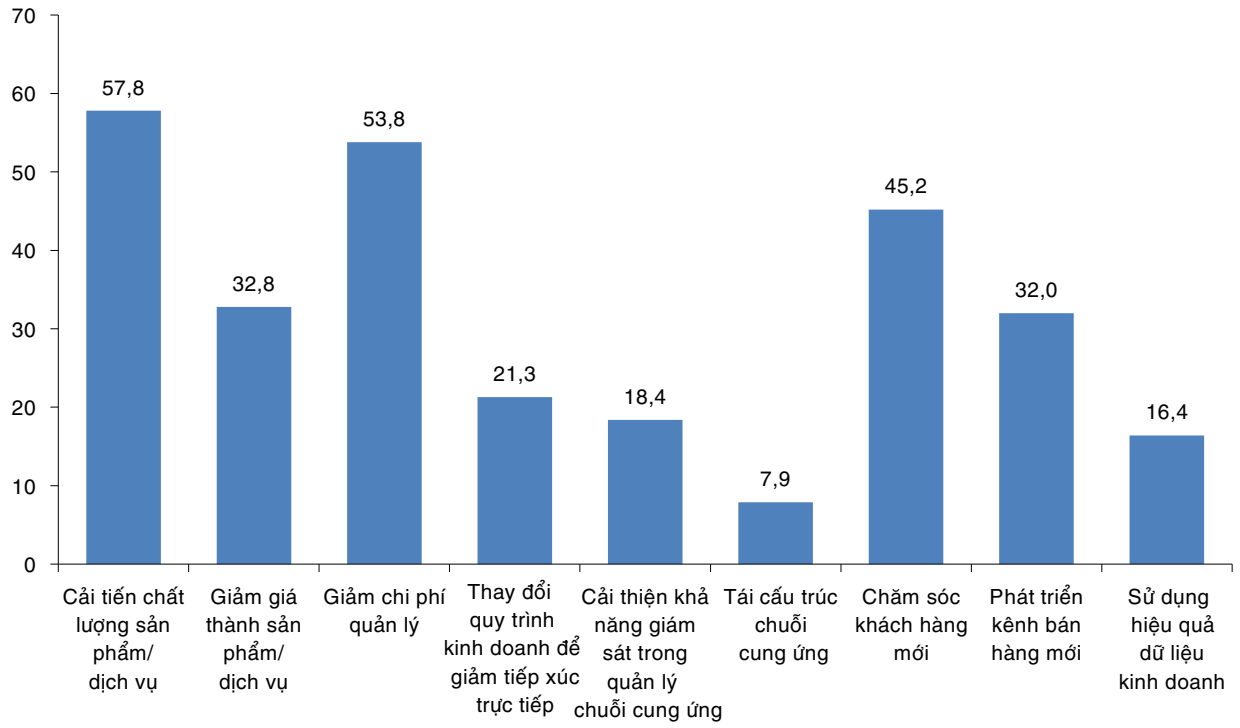
Hình 3.4. Tác động của Covid-19 tới kế hoạch kinh doanh của các nhóm doanh nghiệp phân theo lĩnh vực hoạt động

3.2. NỘI DUNG ƯU TIÊN CỦA CÁC DOANH NGHIỆP TRONG BỐI CẢNH COVID-19

"Ngấm đòn" từ khủng hoảng kinh tế gây ra bởi dịch Covid-19, thời điểm này là dịp để một số doanh nghiệp Việt Nam tập trung đổi mới trang thiết bị, công nghệ với chi phí rẻ hơn, giảm giá thành sản phẩm/dịch vụ (32,8%), đồng thời thúc đẩy liên kết mạng lưới cung ứng trong nước, tái cấu trúc chuỗi cung ứng (7,9%), cải thiện khả năng giám sát trong quản lý chuỗi cung ứng (18,4%), giảm lệ thuộc vào nước ngoài. Một số doanh nghiệp tập trung nghiên cứu cải tiến nâng cao chất lượng sản phẩm dịch vụ để tận dụng cơ hội nhằm nhanh chóng chiếm lĩnh và củng cố thị phần (57,8%).

Các doanh nghiệp Việt Nam cũng nhân cơ hội này tự nhìn nhận, sát hạch lại năng lực thực sự, sức chống chịu, thích ứng trước biến cố thị trường; rà soát, đánh giá, cơ cấu nguồn nguyên vật liệu, khách hàng và tìm ra hướng đi mới chủ động hơn, xây dựng phương án đổi mới mô hình sản xuất, phát triển các kênh bán hàng mới, chiến lược bán hàng mới hiệu quả (32%). Bài toán tối ưu hóa chi phí quản lý, chi phí phát sinh cũng được hơn một nửa doanh nghiệp (53,8%) đặt ra nhằm đảm bảo nguồn lực tài chính để đủ sức trụ vững và phục hồi khi dịch Covid-19 kết thúc. Một số doanh nghiệp tiến hành thay đổi quy trình kinh doanh vừa để tận dụng nền tảng số, dữ liệu kinh doanh một cách hiệu quả (16,4%), vừa để giảm thiểu hết mức các hoạt động tiếp xúc trực tiếp (21,3%).

Đơn vị: %



Nguồn: Khảo sát doanh nghiệp, VCCI, 2020

Hình 3.5. Nội dung ưu tiên trong giai đoạn hiện nay của doanh nghiệp

Tác động từ dịch Covid-19 cũng tạo ra nhận thức mới, xu hướng chuyển dịch trong thị hiếu tiêu dùng, giao dịch thương mại mới trên nguyên tắc từ xa, hạn chế tiếp xúc.

3.3. ĐỀ XUẤT CỦA DOANH NGHIỆP ĐỂ TẠO ĐIỀU KIỆN CHO VIỆC SỬ DỤNG CÔNG NGHỆ SỐ

Theo tổng hợp khảo sát, mong đợi lớn nhất của doanh nghiệp đối với Chính phủ trong việc tạo điều kiện cho sử dụng công nghệ số là nằm ở lĩnh vực cải cách thể chế. Trong đó, hơn 80% doanh nghiệp kỳ vọng sự vào cuộc nhiều hơn của các cấp chính quyền để xây dựng nên các quy tắc, quy định thúc đẩy kinh doanh không dùng giấy tờ, gần 70% số doanh nghiệp đề nghị minh bạch hóa các quy tắc và quy định về quản lý dữ liệu cá nhân/doanh nghiệp. Thực tế cho thấy, dù đã tích cực triển khai xây dựng chính phủ điện tử, xong việc quản lý hồ sơ, văn bản trên môi trường mạng còn nhiều tồn tại, hạn chế và chưa phổ biến rộng rãi trên phạm vi quốc gia. Một số doanh nghiệp phản ánh rằng họ vẫn phải đồng thời lưu trữ cả hai loại văn bản, văn bản gốc bằng giấy và dữ liệu điện tử dẫn đến nhiều khó khăn trong lưu trữ và xử lý, đề nghị chính phủ tiến tới loại bỏ hoàn toàn văn bản giấy ra khỏi quy trình sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Nhiều doanh nghiệp kiến nghị Chính phủ có thêm các buổi tọa đàm về sử dụng công nghệ số để hướng dẫn doanh nghiệp thực hiện theo một cách bài bản và quy mô.

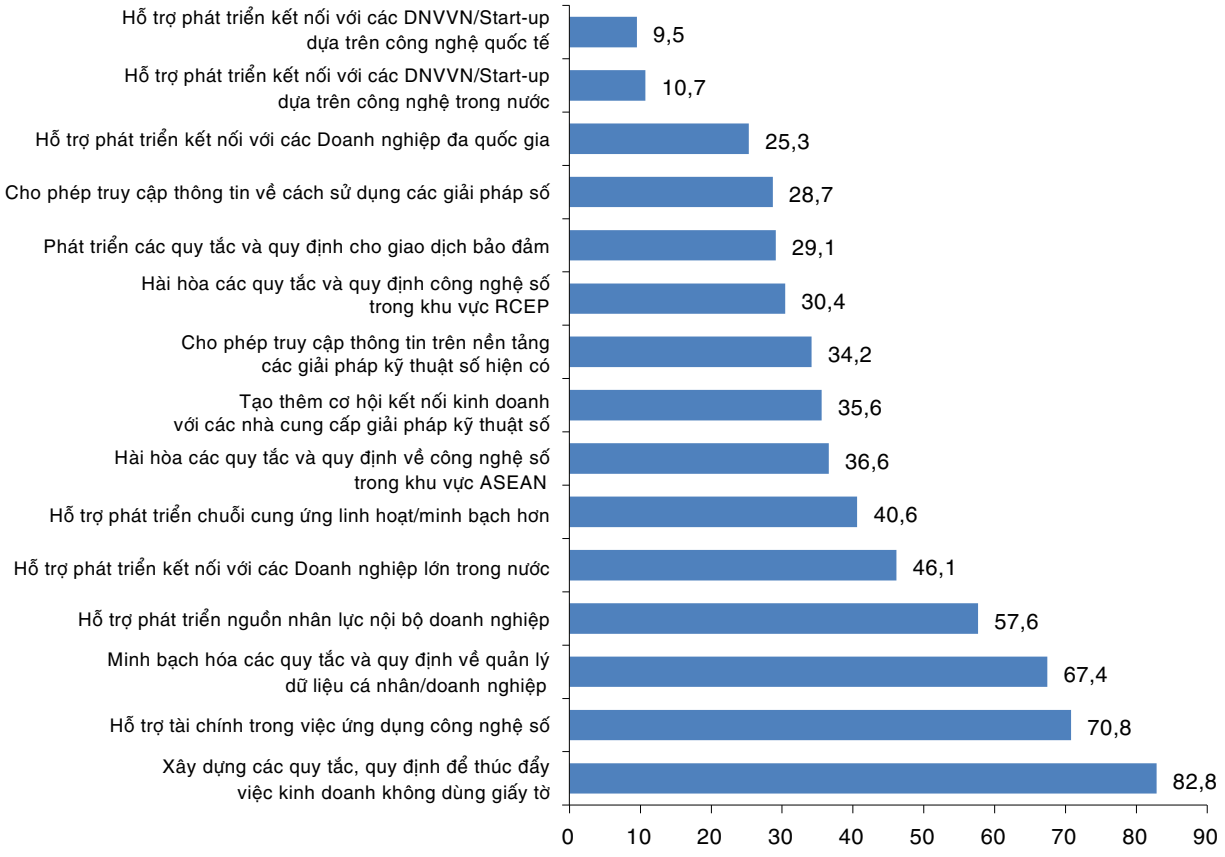
Do những khó khăn lớn mà doanh nghiệp gặp phải khi tiến hành ứng dụng công nghệ số nằm ở sự thiếu hụt chi phí và nguồn nhân lực nội bộ chất lượng cao, hơn 70% doanh nghiệp đề xuất Chính phủ cung cấp sự hỗ trợ tài chính và 57,6% doanh nghiệp mong đợi nhận được sự hỗ trợ trong việc phát triển nguồn nhân lực trình độ cao để đáp ứng yêu cầu vận hành, sử dụng các công nghệ mới trong doanh nghiệp.

Bên cạnh đó, các đề xuất liên quan đến phát triển hài hòa hệ thống các quy tắc, quy định về công nghệ số giữa Việt Nam với các nước trong khu vực và trên thế giới cũng được nhiều doanh nghiệp đưa ra. Hiện tại, hệ thống thể chế, chính sách cũng như các thiết chế thực thi, giải quyết tranh chấp và hiệu lực của cơ quan thực thi liên quan đến phát triển nền kinh tế số còn yếu. Đặc biệt, chúng ta còn thiếu khung pháp lý đồng bộ về xây dựng chính phủ điện tử như quy định về quản lý và kết nối cơ sở dữ liệu; bảo mật thông tin cá nhân; xác thực và định danh điện tử; lưu trữ điện tử,… Chính phủ Việt Nam cần chủ động hơn trong việc tham gia xây dựng khung pháp lý cho phù hợp với khu vực và toàn cầu về công nghệ số.

Ngoài ra, khoảng 30% doanh nghiệp cũng bày tỏ nhu cầu trong việc được phép truy cập các thông tin trên nền tảng kỹ thuật số hiện có và cách sử dụng các giải pháp số để đáp ứng cho hoạt động sản xuất kinh doanh. Một số doanh nghiệp mong đợi hỗ trợ từ Chính phủ trong việc kết nối doanh nghiệp đến với các doanh nghiệp đối tác, các nhà cung

cấp giải pháp kỹ thuật số dựa trên nhu cầu về công nghệ, cũng như đẩy mạnh giới thiệu thông tin, hỗ trợ và phổ cập các phần mềm số trong quản lý và sản xuất đến với doanh nghiệp.

Đơn vị: %



Nguồn: Khảo sát doanh nghiệp, VCCI, 2020

Hình 3.6. Đề xuất của doanh nghiệp để tạo điều kiện cho việc sử dụng công nghệ số

KẾT LUẬN

Trước hết, cuốn sách đã khái quát lại bức tranh tương đối toàn diện về những tác động mà dịch Covid-19 đem lại đối với doanh nghiệp trên nhiều phương diện khác nhau, cả trong hoạt động sản xuất, hoạt động bán hàng và doanh thu. Ngoài ra, cuốn sách cũng cho thấy, trong sản xuất, vấn đề năng lực sản xuất suy giảm do các hạn chế hoạt động/làm việc tại nhà là khó khăn lớn nhất đối với các doanh nghiệp. Trong đó, các doanh nghiệp lớn bị ảnh hưởng nhiều hơn trong vấn đề thiếu hụt nguồn cung nguyên liệu đầu. Ngược lại, các doanh nghiệp nhỏ và vừa lại bị dịch Covid-19 ảnh hưởng nhiều hơn trong các vấn đề năng lực sản xuất suy giảm do các hạn chế hoạt động/làm việc tại nhà, khó dự đoán khối lượng dự trữ hàng hóa thích hợp, chậm trễ trong việc bảo trì/hỗ trợ kỹ thuật do các biện pháp hạn chế việc di chuyển.

Liên quan đến hoạt động bán hàng của doanh nghiệp cho thấy nhóm doanh nghiệp lớn bị ảnh hưởng lớn hơn nhóm doanh nghiệp nhỏ và vừa trong các vấn đề thị trường nước ngoài bị thu hẹp. Ngược lại, các doanh nghiệp nhỏ và vừa lại bị dịch Covid-19 ảnh hưởng lớn hơn các doanh nghiệp lớn trong các vấn đề khó khăn trong việc giao tiếp để tìm kiếm khách hàng mới, khó khăn trong việc giao tiếp để chăm sóc và theo dõi khách hàng hiện tại, thị trường trong nước bị thu hẹp.

Về doanh thu, tỷ lệ doanh nghiệp có mức doanh thu tăng đạt tỷ lệ rất thấp, còn lại có tới hơn 3/4 số doanh nghiệp có mức doanh thu giảm, trong đó doanh nghiệp có tỷ lệ giảm doanh thu từ 1-25% và từ 25-50% đạt tỷ lệ cao. Có hơn 18% số doanh nghiệp giảm hơn 50% doanh thu bởi dịch bệnh. Những con số này đã cho thấy Covid-19 đã có tác động nghiêm trọng như thế nào đến các doanh nghiệp.

Covid-19 gây nên những ảnh hưởng sâu rộng đến hoạt động sản xuất kinh doanh, một lần nữa gióng lên hồi chuông cảnh tỉnh doanh nghiệp phải mau chóng bắt kịp xu thế chuyển đổi số để nhanh chóng vượt qua đại dịch. Cuốn sách cho thấy nhận thức về chuyển đổi số trong doanh nghiệp Việt Nam đã có những dấu hiệu tích cực thông qua tỷ lệ lớn doanh nghiệp đã áp dụng các công nghệ số trước khi có Covid-19 xảy ra. Tuy nhiên,

cuốn sách cũng chỉ ra những điểm đáng lưu tâm khi công nghệ số chỉ được doanh nghiệp áp dụng chủ yếu đối với các hoạt động quản trị, logistic, marketing,… trong khi khâu quan trọng nhất là sản xuất lại chưa thực sự được chú trọng, điều này khiến hàm lượng khoa học công nghệ chưa được chuyển hóa để tạo ra thêm giá trị gia tăng cho sản phẩm.

Doanh nghiệp tuy phần lớn đã trang bị những năng lực nhất định để tiến hành chuyển đổi số xong mới chỉ nằm ở mức độ cơ bản và sơ khai, tỷ lệ số hóa chiếm trong sản phẩm dịch vụ còn thấp, tỷ lệ đóng góp của các sản phẩm dịch vụ được số hóa trong tổng doanh thu không cao. Những rào cản chủ yếu khiến doanh nghiệp gặp khó khăn trong chuyển đổi số được kể đến như là chi phí ứng dụng công nghệ số cao, thiếu cơ sở hạ tầng, sợ rò rỉ dữ liệu doanh nghiệp, thiếu nhân lực có trình độ,… trong đó, chi phí là rào cản lớn nhất.

Trước những khó khăn kể trên, doanh nghiệp đã đưa ra nhiều đề xuất mong muốn chính phủ có thêm những hỗ trợ để doanh nghiệp dễ dàng hơn trong chuyển đổi số. Trong đó, xây dựng nên các quy tắc, quy định thúc đẩy kinh doanh không dùng giấy tờ; hỗ trợ tài chính cho ứng dụng công nghệ số và minh bạch hóa các quy tắc, quy định về quản lý dữ liệu là ba kiến nghị được doanh nghiệp kỳ vọng nhiều nhất sẽ làm nên thay đổi lớn trong xu thế chuyển đổi số tại Việt Nam trong thời gian tới.

CHUYỂN ĐỔI SỐ:
GIẢI PHÁP GIÚP DOANH NGHIỆP VƯỢT QUA ĐẠI DỊCH COVID-19 VÀ PHÁT TRIỂN

Chịu trách nhiệm xuất bản, nội dung

Giám đốc - Tổng biên tập: TRẦN CHÍ ĐẠT

Chịu trách nhiệm bản thảo

Phó Giám đốc - Phó Tổng biên tập: NGÔ THỊ MỸ HẠNH

Biên tập:	Nguyễn Long Biên
	Nguyễn Thọ Việt
Trình bày sách:	Nguyễn Văn Hùng
Sửa bản in:	Nguyễn Thọ Việt
Thiết kế bìa:	Trần Hồng Minh

NHÀ XUẤT BẢN THÔNG TIN VÀ TRUYỀN THÔNG

Website: www.nxbthongtintruyenthong.vn; Book365.vn

Trụ sở: Tầng 6, Tòa nhà Cục Tần số Vô tuyến điện, 115 Trần Duy Hưng, Q. Cầu Giấy, TP. Hà Nội

ĐT Biên tập: 024.35772143 ĐT Phát hành: 024.35772138

E-mail: nxb.tttt@mic.gov.vn Fax: 024.35579858

Chi nhánh TP. Hồ Chí Minh: 211 đường Nguyễn Gia Trí, P25, Q. Bình Thạnh, TP. Hồ Chí Minh

Điện thoại: 028.35127750 Fax: 028.35127751

E-mail: cnsg.nxbtttt@mic.gov.vn

Chi nhánh TP. Đà Nẵng: 42 Trần Quốc Toản, Q. Hải Châu, TP. Đà Nẵng

Điện thoại: 0236.3897467 Fax: 0236.3843359

E-mail: cndn.nxbtttt@mic.gov.vn

Chi nhánh TP. Tây Nguyên: Số 46 đường Y Jút, TP. Buôn Ma Thuột, tỉnh Đắk Lắk

Điện thoại: 0262.3808088 E-mail: cntn.nxbtttt@mic.gov.vn

In 300 bản, khổ 20,5x26,5cm tại Công ty TNHH và Thương mại Hải Nam
Địa chỉ nơi in: Số 18 ngách 68/53/9 Quan Hoa, Cầu Giấy, Hà Nội
Số xác nhận đăng ký xuất bản: 4126-2020/CXBIPH/6-148/TTTT
Số quyết định xuất bản: 410/QĐ-NXB TTTT ngày 04 tháng 11 năm 2020
In xong và nộp lưu chiểu quý IV năm 2020 ISBN: 978-604-80-4999-7