

Tiêu đề: Tech Summit 2020: Covid-19 là chất xúc tác đẩy nhanh tiến trình chuyển đổi số

Tác giả: Ngọc Nhi – **Nguồn:** Forbes đăng ngày 16-07-2020

Đường dẫn bài viết: <https://forbesvietnam.com.vn/tin-cap-nhat/tech-summit-2020-covid19-la-chat-xuc-tac-day-nhanh-tien-trinh-chuyen-doi-so-11854.html>



Tech Summit 2020: Covid-19 là chất xúc tác đẩy nhanh tiến trình chuyển đổi số

Chuyển đổi số là chiến lược dài hạn của một doanh nghiệp chứ không phải một giải pháp tình huống, tuy nhiên Covid-19 xuất hiện đã trở thành “chất xúc tác” đẩy nhanh tiến trình này.

Đó là nhận định của các diễn giả trong phiên thảo luận 2 chủ đề “Chìa khóa tăng trưởng: định dạng mới” tại Hội nghị Công nghệ - Tech Summit 2020 do *Forbes Việt Nam* tổ chức sáng nay 16.7.

Sonkim Group hoạt động trên hai lĩnh vực là bất động sản và mảng bán lẻ với hệ thống cửa hàng tiện lợi, chuỗi nhà hàng và chuỗi cửa hiệu thời trang (Vera, Jockey...). Trong đó mảng bán lẻ của công ty đã chịu tác động nặng nề nhất trong đợt dịch Covid-19 bùng phát hồi đầu năm.

Ông Trần Viết Huân, giám đốc công nghệ Sonkim Group cho biết, lúc đó công ty đã phải đóng cửa hầu hết các cửa hàng tại các trung tâm thương mại, các nhà hàng cũng phải đóng cửa theo yêu cầu chống dịch. Nhưng họ lập tức đẩy mạnh kinh doanh trực tuyến đối với chuỗi thời trang và trong vòng một tuần xây dựng nền tảng website cho ba nhà hàng, kết hợp với các đơn vị giao hàng như Grab hay Now để duy trì hoạt động.

“Covid-19 khiến mọi thứ thay đổi quá nhanh, có những sáng kiến thực sự chỉ mang tính tình huống nhưng chúng tôi xác định chuyển đổi số là bước đi chiến lược chứ không phải là giải pháp tình huống”, giám đốc công nghệ Sonkim Group, đồng thời là phó chủ tịch cộng đồng CIO Việt Nam nói.

Ông Huân cho biết từ cuối năm 2019 công ty đã quyết định triển khai môi trường số, toàn hệ thống được kết nối trên Microsoft 365. Hầu hết các hoạt động chuyển lên trực tuyến và hạn chế tối đa hội họp trực tiếp. Tuy nhiên để làm được cần thời gian triển khai từ trên xuống và thông thường mất 3-6 tháng. “Nhưng chúng tôi chỉ thực hiện trong khoảng vài tuần. Dịch Covid-19 không nằm trong kế hoạch lại trở thành cơ hội giúp chúng tôi thúc đẩy nhanh tiến trình này”, ông Huân nói

Hoạt động trong lĩnh vực thanh toán, nền tảng thanh toán Payoo với lượng giao dịch đến hàng tỉ đô-la mỗi tháng, ông Nishikawa Shinichiro - giám đốc cấp cao khu vực Đông Nam Á - NTT Data Global, thành viên HĐQT công ty Dịch vụ Trực tuyến Cộng Đồng Việt (Payoo) cho biết dịch bệnh đã ảnh hưởng lớn đến hoạt động công ty..

Ông Shinichiro cho biết thách thức đó đã trở thành cơ hội để đưa ra những công nghệ mới nhất vào lĩnh vực thanh toán, lúc đó các doanh nghiệp đặc biệt SMEs phải lên kế hoạch bán hàng ngay trong dịch, làm sao thu được tiền, thu được nợ và vẫn bán được sản phẩm. “Thông qua thanh toán có thể thấy được sự thay đổi trong hành vi tiêu dùng, điều này được chứng minh qua mức gia tăng thanh toán trực tuyến trong giai đoạn dịch vừa qua tại Việt Nam là rất lớn”, vị này nói.

Theo ông Shinichiro, 10 năm trước ví điện tử đã có tại Việt Nam nhưng ít người dùng nhưng hiện nay đã hiện diện khắp nơi. Việt Nam hiện có sự cân bằng rất tốt trong việc tăng trải nghiệm cho người dùng và đảm bảo tính riêng tư, an toàn. “Công nghệ trong thanh toán sẽ tiếp tục được cải thiện và phát triển mạnh trong 2-3 năm tới,” vị diễn giả người Nhật nói.



Ông Huỳnh Lương Huy Thông, đại diện công ty công nghệ thông tin VNPT cho biết trong vòng 48h sau khi nhận ca bệnh thứ 17, ban chỉ đạo phòng chống dịch đã đặt hàng VNPT-IT xây dựng ứng dụng khai báo sức khỏe toàn dân phục vụ cho 100 triệu người dân. "Áp lực là rất lớn bởi đòi hỏi công nghệ xử lý dữ liệu người dùng khá lớn nhưng thời gian triển khai ngắn," ông Thông chia sẻ.

Ông Thông nhấn mạnh chuyển đổi số với doanh nghiệp có ba quá trình, bao gồm chuyển từ môi trường vật lý sang môi trường số, tiếp đến là xác định mục tiêu chuyển đổi và mô hình hoạt động theo mục tiêu chuyển đổi – đây là quá trình sáng tạo của mỗi công ty và bước cuối cùng là hiện thực hóa việc chuyển đổi.

Những thay đổi bên ngoài là một việc, nhưng có tạo được những thay đổi động lực từ bên trong hay không mới là quan trọng, hầu hết các diễn giả đồng tình rằng kế hoạch, tầm nhìn về chuyển đổi số phải đặt trong dài hạn nhưng hành động phải nhanh hơn.

Theo ông Võ Tấn Long, phó tổng giám đốc dịch vụ công nghệ thông tin, Công ty tư vấn PwC Việt Nam sự thay đổi cần bắt nguồn từ chính mô hình hoạt động của công ty, đó là môi trường nơi nhân viên được ươm mầm, thúc đẩy và nâng tầm.

"Covid-19 không chỉ thúc đẩy thay đổi công nghệ, chiến lược, mô hình kinh doanh mà quan trọng là thay đổi nhân viên, cách ứng xử của họ với khách hàng. Các khuyến khích nhân viên cũng là vấn đề quan trọng trong quản lý những thay đổi, thúc đẩy giá trị lan tỏa vào doanh nghiệp," chuyên gia từ PwC nhiều năm kinh nghiệm trong tư vấn chuyển đổi số tại doanh nghiệp nói.

Theo ông Long, việc chuyển đổi thành công hay không ở cơ chế từ quyết định, làm sao nâng tầm nhân viên để họ tự ra quyết định, đồng thời lãnh đạo cũng phải chấp nhận sai lầm, chấp nhận thử và thua để học từ việc kinh nghiệm đó. Nhiều doanh nghiệp nhìn nhận việc đầu tư cho chuyển đổi số là tốn kém nhưng theo ông Long những đầu tư công nghệ cần đặt kèm với những thay đổi trải nghiệm khách hàng.

"Trước khi Covid-19 xảy ra, việc đi ra vào tòa nhà, mở cửa trực tiếp là bình thường nhưng sau đó một số ngân hàng ứng dụng nhận diện khuôn mặt tự động mở cửa để nhân viên không cần sờ tay vào. Điều đó cho thấy các nền tảng công nghệ sẽ thay đổi nhanh hơn và vòng đời đầu tư công nghệ ngắn hơn," theo ông Long.

Trong thế giới của chuyển đổi số, bên cạnh quản trị sự thay đổi, các doanh nghiệp ngày càng nhận ra tầm quan trọng của việc sở hữu dữ liệu khách hàng. Theo ông Huân, dữ liệu chỉ có giá trị khi đó là dữ liệu tốt và doanh nghiệp xác định được dùng dữ liệu đó để làm gì. "Dựa trên dữ liệu khách hàng để đưa ra những quyết định phù hợp thì nó mới được xem là "kho báu" của doanh nghiệp," ông Huân nói.

Đại diện Payoo cũng nhấn mạnh điều quan trọng là cần tư duy sâu hơn đằng sau công nghệ, xác định cần loại dữ liệu nào và vì mục đích gì, "khi xác định được hai điều này mới xác định phương hướng thu thập, dùng dữ liệu rồi bước vào các lĩnh vực kinh doanh mới, sau đó mới áp dụng những công nghệ mới vào".

Với ông Long, không quan trọng kho báu đó là gì mà việc dùng và khai thác dữ liệu như thế nào mới thực sự quan trọng. Ông gợi ý các doanh nghiệp khi chuyển đổi số trong bối cảnh biến động như Covid-19 cần quan tâm: xác định được chiến lược, tìm kiếm sự khác biệt và có sự đầu tư trọng tâm. Doanh nghiệp cũng phải chấp nhận văn hóa cởi mở hơn. "Nếu làm được những điều này thì dù tìm được kho báu hay không doanh nghiệp đã đạt thành công nhất định trong chuyển đổi số," ông Long nói.

