



PREMIUM EBOOK

# KINH DOANH KHÔNG GIÁN ĐOẠN

HƯỚNG DẪN XÂY DỰNG KẾ HOẠCH  
KINH DOANH LIÊN TỤC  
TRONG BỐI CẢNH COVID-19

# MỤC LỤC

---

Lời nói đầu	3
Vì sao doanh nghiệp của bạn cần đến Kế hoạch kinh doanh liên tục (BCP)?	4
Quy trình xây dựng BCP	8
Các yếu tố hỗ trợ cho BCP	20
Vai trò của công nghệ trong BCP	23
Phụ lục: Các mẫu tài liệu phục vụ xây dựng Kế hoạch kinh doanh liên tục trong bối cảnh Covid-19	

# LỜI NÓI ĐẦU

---

Đại dịch lần thứ 4 tại Việt Nam đang diễn biến theo chiều hướng phức tạp, nhiều thách thức với đa ổ dịch, đa nguồn lây và đa biến chủng. Chỉ trong một thời gian ngắn số ca mắc mới trong nước tăng kỷ lục, liên tục những đỉnh dịch mới được thiết lập. Đến nay, vẫn chưa có bất cứ dự báo nào về thời điểm đại dịch Covid-19 sẽ được dập tắt.

Báo cáo tác động của dịch Covid-19 với doanh nghiệp Việt Nam do Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) phối hợp với Ngân hàng Thế giới tại Việt Nam (WB) công bố mới đây cho thấy có tới 87,2% trong số 10.200 doanh nghiệp tham gia khảo sát chịu ảnh hưởng ở mức "phần lớn" hoặc "hoàn toàn tiêu cực" trước tác động của đại dịch.

Để sống sót, nhanh chóng phục hồi và xa hơn là phát triển bền vững trong bất kỳ thế trận nào, điều quan trọng nhất lúc này là doanh nghiệp buộc phải chủ động thay đổi.

**Kế hoạch kinh doanh liên tục (Business Continuity Plan)** là kế hoạch nhằm thiết lập các nhóm biện pháp phòng ngừa chủ động và phục hồi hoạt động kinh doanh nếu một mối đe dọa tiềm tàng nào đó đối với công ty xảy ra.

Trong trường hợp rủi ro (ví dụ như dịch bệnh Covid-19 khiến doanh nghiệp đối mặt với nguy cơ phải hạn chế một phần hoặc toàn bộ hoạt động), thì hệ thống này nhằm đảm bảo các tài sản và nhân sự của doanh nghiệp được bảo toàn, giảm thiểu tối đa các đứt gãy trong quy trình kinh doanh, đồng thời có phương án để tái thiết khi dịch kết thúc.

Base và FPT hy vọng rằng đây sẽ là tài liệu có tính định hướng hữu ích cho doanh nghiệp, không chỉ để lên kế hoạch ứng phó trong giai đoạn dịch bệnh nói riêng, mà trước hết là để nhìn lại và tự đánh giá "sức đề kháng" của tổ chức trước các nguy cơ nói chung.

1

**Vì sao doanh nghiệp  
của bạn cần đến  
Kế hoạch kinh doanh  
liên tục?**

Trong một câu chuyện quá khứ của 17 năm trước, thế giới bùng phát Hội chứng Viêm đường hô hấp cấp SARS. Đại dịch đã gây nên một cuộc suy thoái lớn, gây thiệt hại 40 tỉ đô trên toàn thế giới. Nhưng dịch SARS cũng chính là bước ngoặt mạnh mẽ đối với một số doanh nghiệp do nhận ra sự thay đổi của hành vi người tiêu dùng vào thời điểm đó.

Alibaba - lúc đó đang trên đà phát triển mạnh mẽ - đã phải cách ly toàn bộ 500 nhân viên, bao gồm cả Jack Ma, do có 1 nhân viên bị nhiễm SARS. Đây là một mối đe dọa lớn đến sự tồn tại của doanh nghiệp vì nguy cơ bị phá vỡ quy trình kinh doanh.

Tuy nhiên bằng cách ngay lập tức và nhanh chóng triển khai mạng lưới làm việc tại nhà cho toàn bộ nhân viên mà dịch vụ của Alibaba không những không bị gián đoạn một ngày nào, thậm chí còn mang lại sự tăng trưởng lớn cho hoạt động kinh doanh của công ty này.

Phải kể đến động thái lớn nhất của Alibaba trong thời SARS là ra mắt trang mạng mua sắm trực tuyến Taobao. Sau khi dịch SARS bùng phát, Jack Ma nhận thức sâu sắc rằng bán lẻ trực tuyến sẽ trở thành thứ mà mọi người cần, và điều cần thiết là Alibaba phải ra mắt một doanh nghiệp bán lẻ.

Không ai tin, kể cả những người đứng đầu Alibaba, nhưng giờ chúng ta đều nhìn thấy đế chế khổng lồ Taobao đã đánh bại Ebay như thế nào. SARS được cho rằng chính là yếu tố đã “sinh ra” Taobao và JD.com - hiện đang là 2 công ty thương mại điện tử lớn ở Trung Quốc.

Câu chuyện này là một bài học lớn dành cho doanh nghiệp trong hiện tại. Sự thành công của Alibaba đến từ một tâm thế chủ động, khả năng “ứng nguy nắm cơ” và đội ngũ sẵn sàng triển khai các kế hoạch kinh doanh mới.



Ngay tại Việt Nam, tập đoàn FPT cũng nhanh chóng thích ứng với bối cảnh dịch bệnh bằng chiến lược số hóa mạnh mẽ và kịp thời, với hơn 31 dự án chuyển đổi số nội bộ liên quan đến tự động hóa, số hóa quy trình nghiệp vụ; quản lý chăm sóc khách hàng; quản lý nhân sự nhằm đảm bảo kinh doanh liên tục. Kết quả, tập đoàn tiết kiệm được 170 tỷ đồng chi phí, giảm 98% thời gian thực hiện báo cáo so với trước đây, kinh doanh hiệu quả.

## Một kế hoạch kinh doanh liên tục có thể đem lại những lợi ích như sau:



### Đối với nhân viên

BCP có thể là “cứu cánh” cho nhân viên của bạn! Doanh nghiệp kinh doanh liên tục tức là người lao động vẫn chưa mất đi bát cơm của họ. Việc có sự chuẩn bị cho những rủi ro của công ty cũng là thể hiện sự quan tâm của bạn đối với công việc của người lao động. Bằng cách này, nhân viên của bạn sẽ có thêm [niềm tin vào tổ chức](#) và chủ động hơn trong công việc.



### Đối với khách hàng và thương hiệu

Khi một công ty minh bạch về kế hoạch kinh doanh liên tục, họ cũng đồng thời phát đi một thông điệp rằng: Chúng tôi biết mình đang làm gì, chúng tôi có thể giữ mọi thứ trong tầm kiểm soát, và chúng tôi luôn sẵn sàng để phục vụ khách hàng. Đó chính là cơ sở cho niềm tin của khách hàng, là nền tảng cho một thương hiệu vững chắc, là động lực thúc đẩy doanh nghiệp phục hồi sau giai đoạn khó khăn.



## Đối với đối tác

Khi vạch ra một kế hoạch kinh doanh liên tục hoàn chỉnh, bạn sẽ nắm được những yếu tố nào là chủ chốt trong [chuỗi cung ứng](#), những đối tác hay nhà cung cấp thiết yếu với quy trình kinh doanh vận hành của công ty. Bằng cách này, bạn sẽ đề ra được phương án kiểm soát, bảo vệ các mắt xích quan trọng, xây dựng được lòng tin với đối tác.



## Đối với hiệu quả kinh doanh

Tất cả những lợi ích trên đều là những dấu hiệu tích cực cho hiệu quả tài chính và kinh doanh của doanh nghiệp bạn. Kế hoạch kinh doanh liên tục chính là lợi thế cho doanh nghiệp cạnh tranh. Trong bối cảnh phức tạp và biến động khôn lường của thị trường hiện nay, bản kế hoạch đó chính là sự thể hiện bạn có tốc độ, có năng lực và có tầm nhìn để phản ứng và phục hồi.

Kế hoạch kinh doanh liên tục là một phần nội dung rất quan trọng, được đa số các doanh nghiệp, tập đoàn lớn rất chú trọng sau nhiều năm phải đối mặt với nhiều rủi ro thị trường. Tuy nhiên đối với các doanh nghiệp SMEs, việc làm này thường không nhận được sự lưu tâm đầy đủ, một phần vì sự phức tạp của nó.

Qua quá trình nghiên cứu, chúng tôi đã đúc kết lại một quy trình xây dựng Kế hoạch kinh doanh liên tục, cùng với tư duy cần thiết để triển khai hoạt động này. Đi kèm theo các hướng dẫn dưới đây đều có những tài liệu mẫu mang tính chất tham khảo. Tuy nhiên, cũng phải lưu ý rằng không ai hiểu doanh nghiệp của bạn hơn chính bạn, và trong phạm vi tài liệu này chúng tôi chỉ có thể đưa ra những chỉ dẫn khái quát nhất.

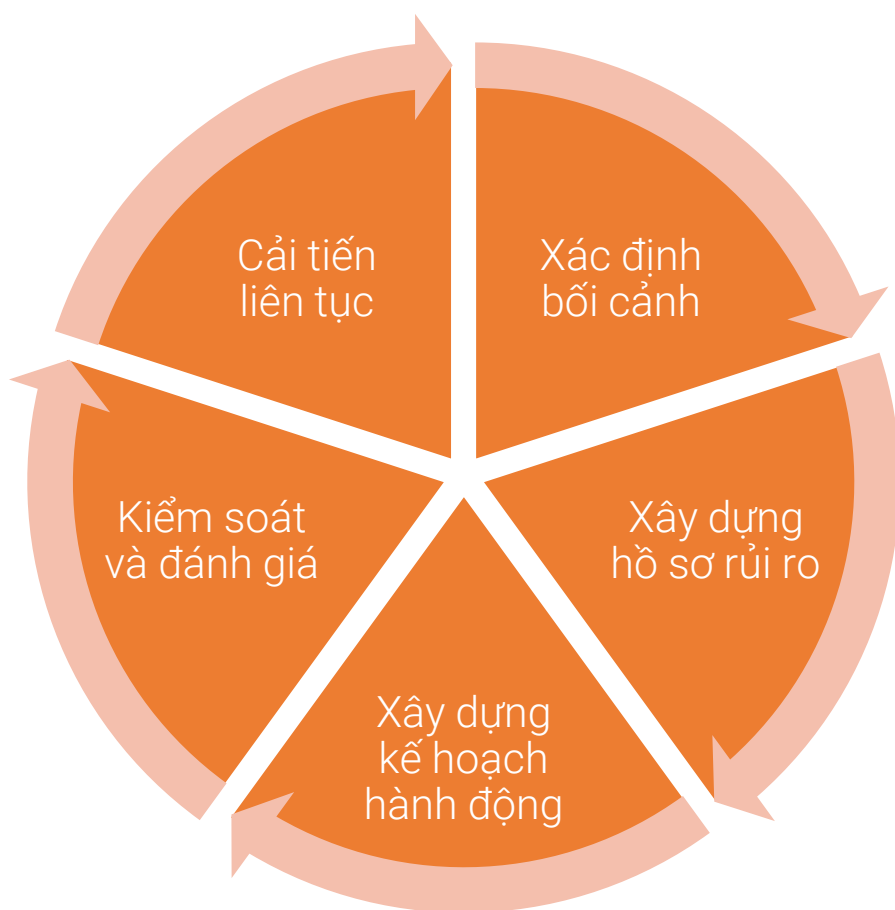
2

# Quy trình xây dựng Kế hoạch kinh doanh liên tục



# MÔ HÌNH BCP

---



# BƯỚC 1: XÁC ĐỊNH BỐI CẢNH

---

Bước đầu tiên để xây dựng một Kế hoạch kinh doanh liên tục là việc định nghĩa tính “liên tục”. Điều gì quyết định doanh nghiệp của bạn có thể vận hành “như bình thường”?

Để định nghĩa được tính “liên tục” này, bạn sẽ cần phải xác định:

- Sản phẩm dịch vụ mà tổ chức cung cấp
- Sơ đồ tổ chức
- Các quy trình phòng ban liên quan đến sơ đồ tổ chức
- Các yếu tố ngoại cảnh ảnh hưởng đến việc cung cấp sản phẩm dịch vụ: phân tích PESTLE (Political, Economic, Sociological, Technological, Legal and Environmental - chính trị, kinh tế, xã hội, công nghệ, luật pháp và môi trường)

Bên cạnh đó, doanh nghiệp cần xác định bối cảnh về mức độ rủi ro của tổ chức. Mức độ rủi ro này được xác định dựa trên 2 tiêu chí về: Nguy cơ lây nhiễm của tổ chức (N) và Mức độ tổn thương của doanh nghiệp trước các rủi ro liên quan đến Covid-19 (X).

## Bảng ma trận Mức Độ Rủi Ro

Nguy cơ xảy ra (N)	Mức độ tổn thương trước rủi ro (X)			
	Thấp	Trung bình	Cao	Rất cao
Rất cao	Cao	Cao	Rất cao	Rất cao
Cao	Trung bình	Trung bình	Cao	Rất cao
Trung bình	Thấp	Trung bình	Trung bình	Cao
Thấp	Thấp	Thấp	Trung bình	Cao

Để xác định N, tham khảo Phụ lục 1: Bài đánh giá nguy cơ lây nhiễm Covid-19 trong tổ chức.

Để xác định X, tham khảo Phụ lục 2: Bài đánh giá mức độ ảnh hưởng của rủi ro do ảnh hưởng của Covid-19 đối với hoạt động kinh doanh liên tục của tổ chức.

N và X cần được đánh giá lại định kỳ hoặc ngay khi có diễn biến mới để có phương án hành động kịp thời.

Từ bối cảnh về mức độ rủi ro của tổ chức, doanh nghiệp có thể xác định được chiến lược phù hợp trước khi bắt tay vào kế hoạch hành động chi tiết.

**Thấp:** Doanh nghiệp có ít nguy cơ lây nhiễm và hiện đã và đang chủ động tốt được các hoạt động kinh doanh, sẽ ít chịu ảnh hưởng nếu nguy cơ xảy ra. Có thể hoạt động bình thường trong khi duy trì các biện pháp sẵn có. Việc triển khai BCP sẽ không quá phức tạp và áp lực vì doanh nghiệp có nền tảng tốt.

**Trung Bình:** Doanh nghiệp tồn tại nguy cơ lây nhiễm và sẽ bị ảnh hưởng một phần đến các hoạt động kinh doanh khi dịch bệnh lây lan. Trong BCP, doanh nghiệp cần khắc phục các lỗ hổng còn yếu kém, trong đó tập trung vào các biện pháp có thể triển khai nhanh để đưa doanh nghiệp về vùng an toàn (mức Thấp).

**Cao:** Doanh nghiệp có nguy cơ lây nhiễm cao và khả năng bị tác động lớn đến hoạt động kinh doanh. Đội ngũ lãnh đạo cần rà soát và đưa ra các phương án duy trì kinh doanh liên tục cho các hoạt động cốt lõi, đồng thời tăng cường các biện pháp giảm thiểu rủi ro lây nhiễm.

**Rất cao:** Doanh nghiệp đã có người bị lây nhiễm hoặc không đảm bảo an toàn phòng chống dịch trong khu vực nguy hiểm. Hoạt động kinh doanh có khả năng ngưng trệ hoàn toàn nếu lây nhiễm xảy ra. Doanh nghiệp cần ngay lập tức áp dụng các mức phòng chống dịch lên cao nhất. Đồng thời, thực hiện sâu sát các bước dưới đây của BCP để triển khai chiến lược cải thiện sức đề kháng toàn diện cho doanh nghiệp.

# BƯỚC 2: XÂY DỰNG HỒ SƠ RỦI RO

---

Quá trình xây dựng hồ sơ phân tích rủi ro này bao gồm:

- Xác định các rủi ro gián đoạn do Covid-19 trong từng quy trình phòng ban
- Phân tích giá trị rủi ro dựa trên các tiêu chí: khả năng xảy ra rủi ro và mức độ ảnh hưởng của rủi ro đối với hoạt động kinh doanh liên tục của tổ chức. Giá trị rủi ro = [Khả năng xảy ra rủi ro] x [Mức độ ảnh hưởng]
- Từ đó, xác định mức độ ưu tiên ứng phó giữa các rủi ro. Mức độ rủi ro càng lớn thì doanh nghiệp càng cần ưu tiên có biện pháp xử lý ngay.

Số điểm đánh giá về khả năng xảy ra rủi ro và mức độ ảnh hưởng của rủi ro được quy định ở 2 bảng dưới đây. Doanh nghiệp có thể định nghĩa lại nội dung của 2 bảng này dựa trên thực tế của tổ chức.

## Bảng đánh giá về khả năng xảy ra rủi ro

Khả năng xảy ra	Định nghĩa khả năng xảy ra	Điểm số
Rất cao	Khả năng xảy ra được coi là rất cao nếu bối cảnh rủi ro chung của tổ chức cao và không có/không thể có những phương pháp kiểm soát để ngăn ngừa.	4
Cao	Khả năng xảy ra được coi là cao nếu bối cảnh rủi ro chung của tổ chức cao, tuy nhiên có thể áp dụng những phương pháp kiểm soát để ngăn ngừa.	3
Trung bình	Khả năng xảy ra được coi là trung bình nếu bối cảnh rủi ro chung của tổ chức chỉ ở mức trung bình, đã bước đầu chuẩn bị các biện pháp kiểm soát ngăn ngừa một cách thích hợp.	2
Thấp	Khả năng xảy ra được coi là mức thấp nếu bối cảnh rủi ro chung của tổ chức thấp, đã chuẩn bị các biện pháp kiểm soát ngăn ngừa một cách thích hợp.	1

## Bảng đánh giá về mức độ ảnh hưởng của rủi ro

Mức độ ảnh hưởng	Định nghĩa mức độ ảnh hưởng	Điểm số
Rất nghiêm trọng	Mức độ ảnh hưởng được coi là đặc biệt quan trọng nếu: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Gây ra hậu quả nghiêm trọng làm cho Công ty phải mất hơn một ngày để khôi phục lại hoạt động bình thường, trị giá của thiệt hại đối với Công ty là hơn 1 tỷ đồng</li> <li>- Hoặc Công ty phải gián tiếp đền bù thiệt hại kinh tế cho khách hàng, đối tác với số tiền lớn hơn 200 triệu đồng và làm ảnh hưởng nghiêm trọng đến uy tín của Công ty.</li> </ul>	2
Nghiêm trọng	Mức độ ảnh hưởng được coi là nghiêm trọng nếu gây tổn hại về kinh tế cho Công ty với số tiền lớn hơn 500 triệu đồng hoặc phải gián tiếp đền bù cho đối tác với số tiền từ 50 triệu đến 200 triệu đồng.	1
Trung bình	Mức độ ảnh hưởng được coi là trung bình nếu gây ra tổn hại về kinh tế cho Công ty từ 50 triệu đến 500 triệu đồng, hoặc phải gián tiếp đền bù thiệt hại kinh tế cho khách hàng, đối tác với số tiền từ 10 triệu đến 50 triệu đồng.	0,5
Thấp	Mức độ ảnh hưởng được coi là trung bình nếu gây ra tổn hại về kinh tế cho Công ty từ 1 triệu đến 50 triệu đồng, hoặc phải gián tiếp đền bù thiệt hại kinh tế cho khách hàng, đối tác với số tiền từ 1 triệu đến 10 triệu đồng.	0,1

# BƯỚC 3: XÂY DỰNG KẾ HOẠCH HÀNH ĐỘNG

Sau khi đánh giá về mức độ rủi ro tồn tại trong từng quy trình của doanh nghiệp, bước tiếp theo ta xây dựng các kế hoạch ứng phó.

Một kế hoạch ứng phó sẽ bao gồm Các biện pháp, Người chịu trách nhiệm (Người sở hữu rủi ro) và Các văn bản, quy trình hướng dẫn chi tiết.

Có 4 chiến lược chung để ứng phó rủi ro dựa trên mức độ rủi ro của tình huống. Việc lựa chọn chiến lược để ứng phó rủi ro được dựa theo:

- Cân nhắc về số lượng các rủi ro mà có thể xảy ra đồng thời
- Cân nhắc về nguồn lực
- Cân nhắc về chi phí và lợi ích của việc ứng phó rủi ro

Tham khảo phụ lục 3 và 4 về kế hoạch hành động cho BCP



## 4 chiến lược ứng phó rủi ro (dựa trên mức độ rủi ro của tình huống)



### LOẠI BỎ

Loại bỏ hoàn toàn khả năng xuất hiện rủi ro bằng cách loại bỏ hoàn toàn các nguyên nhân nếu có thể. Chiến lược này chỉ nên sử dụng trong các trường hợp nguy cấp nhất, do việc ngăn chặn tuyệt đối cũng đồng nghĩa với việc hạn chế các cơ hội hoạt động của doanh nghiệp



### GIẢM THIỂU

Với những rủi ro không thể loại bỏ hoàn toàn hoặc do hạn chế về nguồn lực, doanh nghiệp thực hiện các biện pháp để giảm thiểu nguy cơ xảy ra gián đoạn hoặc giảm thiểu mức độ ảnh hưởng của gián đoạn



### CHUYỂN GIAO

Chuyển rủi ro cho bên thứ 3 thông qua các hợp đồng cam kết, ví dụ như mua bảo hiểm, yêu cầu nhà cung cấp cam kết các yêu cầu phòng chống dịch hoặc bồi thường.



### CHẤP NHẬN

Đối với các nguy cơ thấp hoặc ảnh hưởng không đáng kể, chúng ta chấp nhận mà không cần đưa ra biện pháp khắc phục.

# BƯỚC 4: KIỂM SOÁT & ĐÁNH GIÁ

---

Để một BCP có thể được triển khai hiệu quả, doanh nghiệp cần có Kế hoạch kiểm soát và đánh giá, trong đó xác định được:

- Những yếu tố nào trong BCP cần được kiểm soát, đo lường và đánh giá. Ví dụ: Mức độ phù hợp, mức độ tuân thủ.
- Phương pháp và cách thức để kiểm soát, đo lường, đánh giá là gì để đảm bảo mức độ hiệu quả của BCP
- Khi nào sẽ thực hiện kiểm soát, đo lường, đánh giá?
- Ai sẽ là người phụ trách các công việc này?
- Quy trình để đảm bảo việc khắc phục được thực hiện sau mỗi cuộc đánh giá.

Việc đánh giá cần đảm bảo:

- Kết quả của các cuộc đánh giá được báo cáo về cho các nhà quản lý có liên quan;
- Lưu trữ thông tin dạng văn bản làm bằng chứng về việc thực hiện (các) chương trình đánh giá và kết quả đánh giá;
- Kịp thời thực hiện các hành động khắc phục cần thiết

# BƯỚC 5: CẢI TIẾN LIÊN TỤC

---

Doanh nghiệp cần phải [liên tục cải tiến](#) tính phù hợp, hoàn chỉnh và hiệu quả của BCP dựa trên các bước kiểm soát và đánh giá.

Trong trường hợp không đảm bảo được việc tuân thủ các biện pháp của BCP, doanh nghiệp cần phải cân nhắc:

- Xem xét kiểm soát và sửa chữa hậu quả của các hành vi không tuân thủ BCP
- Tìm hiểu nguyên nhân của việc không tuân thủ BCP
- Theo dõi có các nguy cơ không tuân thủ nào tương tự có khả năng xảy ra
- Điều chỉnh BCP nếu cần thiết

3

# Các yếu tố hỗ trợ Kế hoạch kinh doanh liên tục

Một Kế hoạch kinh doanh liên tục hiệu quả là một BCP được đảm bảo khả năng triển khai thành hoạt động cụ thể. Bên cạnh kế hoạch xây dựng và kiểm soát ở bước 3, chúng tôi muốn nhấn mạnh một số yếu tố thiết yếu quyết định sự thành công của BCP.

## **XÁC ĐỊNH VAI TRÒ CỦA LÃNH ĐẠO**

Với tầm quan trọng cũng như mức độ phức tạp của BCP, đó phải trở thành trách nhiệm của đội ngũ lãnh đạo. Trong quá trình triển khai BCP, ban lãnh đạo cần phải cam kết:

- Đảm bảo các chính sách cũng như mục tiêu kinh doanh liên tục nhất quán với mục tiêu và chiến lược kinh doanh của tổ chức
- Đảm bảo việc đưa các yêu cầu của BCP vào các quy trình, chính sách của công ty
- Đảm bảo cung cấp các nguồn lực cần thiết cho việc triển khai BCP
- Đưa ra định hướng, hỗ trợ tối đa cho các cá nhân, bộ phận đang triển khai BCP
- Đưa ra các thông điệp truyền thông về tầm quan trọng của BCP tới đội ngũ

Một Kế hoạch kinh doanh liên tục hiệu quả là một BCP được đảm bảo khả năng triển khai thành hoạt động cụ thể. Bên cạnh kế hoạch xây dựng và kiểm soát ở bước 3, chúng tôi muốn nhấn mạnh một số yếu tố thiết yếu quyết định sự thành công của BCP.

## HOẠT ĐỘNG TRUYỀN THÔNG NỘI BỘ

Truyền thông nội bộ là một bước không thể thiếu để quá trình triển khai BCP được diễn ra suôn sẻ, nhận được sự ủng hộ tham gia của đội ngũ nhân sự cũng như tối đa các lợi ích mà BCP đem lại. [Kế hoạch truyền thông nội bộ](#) nhằm hỗ trợ kế hoạch kinh doanh liên tục trả lời được những nội dung sau:

- Cần truyền thông những nội dung, thông điệp gì?
- Khi nào là thời điểm cần truyền thông?
- Những đối tượng cần truyền thông?
- Các phương thức truyền thông là gì?
- Ai sẽ là người chịu trách nhiệm truyền thông?

Những nhân sự trong tổ chức cần phải nhận thức được về:

- Chính sách kinh doanh liên tục của tổ chức
- Những lợi ích của kế hoạch kinh doanh liên tục đến hiệu suất làm việc.
- Những hệ quả của việc không tuân thủ chính sách
- Vai trò và trách nhiệm của nhân sự trước, trong và sau giai đoạn bị gián đoạn.

# 4

## Vai trò của công nghệ trong Kế hoạch kinh doanh liên tục

## NGUỒN LỰC CÔNG NGHỆ LÀ NHÂN TỐ CHÍNH CHO KINH DOANH LIÊN TỤC TRONG BỐI CẢNH COVID-19

Khi con người không thể đi lại hoặc gặp gỡ nhau giữa các nhóm người, họ sẽ phụ thuộc nhiều hơn vào kỹ thuật công nghệ giao tiếp để có thể duy trì liên lạc và hoàn tất công việc. Những cuộc họp, hội thảo cần sự di chuyển sẽ được tổ chức dễ dàng hơn, bớt công kênh, bớt tốn kém hơn rất nhiều.

Khi sức khỏe của nhân viên được đặt lên hàng đầu, doanh nghiệp đã tập trung vào những nhu cầu mà trước đây chưa quá được chú trọng như giải pháp chấm công qua điện thoại để thay thế máy chấm công vân tay vốn tồn tại rủi ro lây nhiễm qua tiếp xúc. Giải pháp chấm công qua camera quan sát và nhận diện khuôn mặt để tự động hóa hoạt động chấm công của nhân viên cũng đã được phát triển và chú trọng đầu tư.

Về khía cạnh vận hành, bỏ qua những công cụ “thời tiền sử” như gọi điện, email, chat, một [nền tảng quản trị tập trung trên online](#) sẽ là môi trường đảm bảo các nhân sự trong doanh nghiệp có thể làm việc được mọi lúc mọi nơi mà vẫn có sự trao đổi liên mạch về thông tin. Đó không chỉ là sự tiện lợi, mà còn mang lại sự chủ động cho doanh nghiệp thích ứng nhanh với bất kỳ biến động nào khác trong tương lai.

Về khía cạnh kinh doanh, các doanh nghiệp đang chuyển đổi dần sang những mô hình kinh doanh không chạm, tận dụng các marketplace online, tư vấn và chăm sóc khách hàng thông qua các kênh giao tiếp online. Đặc biệt, nhờ tiến hành kinh doanh online, doanh nghiệp có thêm nhiều cơ hội để thu thập dữ liệu khách hàng và đưa ra phương án tối ưu trải nghiệm mua hàng.



Các doanh nghiệp có mô hình kinh doanh online, quản trị và điều hành trên nền tảng công nghệ đều có các lợi thế khác biệt trong thời gian xảy ra Covid-19. Doanh nghiệp đã chuyển đổi số, ứng dụng công nghệ đều có thể tiếp tục hoạt động kinh doanh và vận hành trong những trường hợp khó khăn nhất thậm chí nắm bắt cơ hội để phát triển.

Với mong muốn đồng hành cùng với các doanh nghiệp, "Bộ giải pháp kinh doanh không gián đoạn" được FPT và Base.vn phát triển nhằm cung cấp giải pháp kinh doanh không điểm chạm, vận hành tối ưu, nâng cao hiệu suất cho chặng đường hiện thực hóa mục tiêu kinh doanh liên tục, vững vàng vượt khủng hoảng, thúc đẩy nền kinh tế. Bộ giải pháp này được đúc kết từ hơn 30 năm hoạt động trong lĩnh vực công nghệ thông tin của FPT và kinh nghiệm triển khai chuyển đổi số thực tế tại nhiều doanh nghiệp hàng đầu thế giới của Ban cố vấn Chuyển đổi số mà FPT hợp tác, được hiệu chỉnh cho phù hợp với các doanh nghiệp Việt Nam.

## DANH MỤC GIẢI PHÁP

### Vận hành số

#### FPT akaBot

Giải pháp tự động hóa quy trình bằng Robot (RPA)

#### FPT SPro

Số hóa quy trình và giao việc tự động

#### On Meeting

Giải pháp họp trực tuyến tích hợp thông minh

### Tiếp thị và bán hàng

#### FPT.AI Virtual Agent

Trợ lý ảo tổng đài

#### FPT.AI Conversation

Nền tảng hội thoại thông minh

#### FPT.AI eKYC

Định danh khách hàng điện tử

### Tư vấn - Hạ tầng số

#### FPT Fornix

Trung tâm dữ liệu tiêu chuẩn Quốc tế

#### FPT Digital

Dịch vụ tư vấn chuyển đổi số

#### FPT EagleEye MRD

Giám sát an toàn thông tin và xử lý sự cố

#### FPT Cloud

Nền tảng Điện toán Đám mây thế hệ mới

### QT Tài chính Nhân sự

#### FPT.eContract

Giải pháp hợp đồng điện tử

#### FPT.CA

Dịch vụ chữ ký số

#### FPT.eInvoice

Hoà đơn điện tử

#### FPT Digital Accounting

Xử lý tự động và quản lý hóa đơn đầu vào

#### Base HRM+

Quản trị nhân sự tổng thể

#### FPT.IHRP

Phần mềm quản trị nhân sự và tiền lương

#### akaLiif

Gắn kết nhân viên trong doanh nghiệp

### Cộng tác hiệu quả

#### Base Wework

Ứng dụng tinh hoa của các mô hình quản lý nổi tiếng

#### Base Request

Số hóa để xử lý yêu cầu, đề xuất

#### Base Workflow

Giải pháp quản lý và tự động hoá quy trình nghiệp vụ

#### Base Meeting

Ứng dụng quản lý các cuộc họp trong doanh nghiệp 4.0

[Tìm hiểu thêm](#)

[Đặt lịch tư vấn](#)

# ABOUT US



FPT hoạt động trong 03 lĩnh vực kinh doanh cốt lõi gồm: Công nghệ, Viễn thông và Giáo dục. Hiện FPT đang không ngừng nghiên cứu và đi đầu trong các xu hướng công nghệ mới, góp phần khẳng định vị thế của Việt Nam trong cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ 4 - Cuộc cách mạng số.

Với vai trò tiên phong và đồng hành cùng các tổ chức và doanh nghiệp Việt Nam trong quá trình ứng dụng, chuyển đổi số, FPT đã từng bước hoàn thiện hệ sinh thái dịch vụ chuyển đổi số với các bộ giải pháp Made by FPT thực tiễn và hiệu quả, đồng thời liên tục mở rộng chuỗi giá trị cung cấp.

Trong năm 2021, các giải pháp và nền tảng chuyển đổi số akaBot, akaMES, akaChain của FPT Software đã vượt qua 1.000 đề cử từ 29 quốc gia, chinh phục 100 giám khảo quốc tế, giành 2 giải Vàng, 1 giải Bạc tại giải thưởng Stevie Awards 2020 khu vực Châu Á – Thái Bình Dương.



**BASE.VN**

Base.vn là nền tảng quản trị doanh nghiệp phổ biến nhất Việt Nam với hơn 5.000 doanh nghiệp sử dụng. Base.vn tập trung xử lý 3 bài toán lớn cho các doanh nghiệp, bao gồm: quản lý nâng cao năng suất; minh bạch và thông suốt thông tin; quản trị và phát triển nhân lực toàn diện.

Các khách hàng doanh nghiệp của Base thuộc nhiều lĩnh vực và quy mô khách nhau như: VIB, ACB, Sacombank, VPBank, Golden Gate, Pizza Hut, Twitter Beans Coffee, Vissan, Tân Á Đại Thành, Hoà Bình Minh, Decathlon, Huy Thành Jewelry, Bamboo Airways, Novaland Group, Phục Hưng Holdings, PCC1, Đại Học Văn Lang, Đại Học Ngoại Thương, Bệnh viện Phụ sản Hà Nội, Bệnh viện Gia An 115, Thái Hà Books,..

# DANH SÁCH PHỤ LỤC

---

1. Bài đánh giá nguy cơ lây nhiễm Covid-19 trong tổ chức
2. Bài đánh giá nguy cơ gián đoạn của doanh nghiệp do ảnh hưởng của Covid-19
3. Bảng kế hoạch hành động cho kinh doanh liên tục trong bối cảnh Covid-19
4. Nhóm rủi ro do ảnh hưởng của Covid-19 thường gặp và phương án giải quyết
5. Kịch bản ứng phó trong trường hợp phát hiện lây nhiễm trong tổ chức

[Đi tới phụ lục >](#)