

23 հուլիսի, 2020թ.

Ձեռնարկությունները պլանավորում են ծավալուն գործառնական փոփոխություններ՝ առաջնահերթություն տալով ճկունությանը. «HSBC Navigator»

Ընկերություններն աշխարհով մեկ զգալի գործառնական փոփոխություններ են իրականացնում ավելի ճկուն դառնալու համար այն բանից հետո, երբ նրանցից շատերը պարզեցին, որ իրենց ճգնաժամային կառավարման պլաններն այնքան էլ կայուն չեն եղել՝ COVID-19 համավարակի մարտահրավերներին դիմակայելու համար:

«HSBC-ի կորպորատիվ բանկային ծառայությունների գծով բաժնի [«Navigator»](#) ուսումնասիրության նոր Building Back Better զեկույցի համար հիմք է ծառայել 14 երկրներում և տարածաշրջաններում ավելի քան 2600 ընկերությունների շրջանում կատարված հարցումը: Հարցման համաձայն՝ բազմաթիվ ձեռնարկություններ ճգնաժամից առաջ անտեսել են ճգնաժամային կառավարման պլանի մշակումը հիմնական գործառնական այնպիսի ոլորտներում, ինչպիսիք են տեխնոլոգիաները, ֆինանսները և կայունությունը: Նրանց գրեթե կեսը (47%) նշում է, որ ավելին կարող էին անել վերջին ամիսների մարտահրավերներին պատրաստվելու համար:

Որոշների համար հեռավար աշխատանքի անցումը ի հայտ բերեց իրենց բիզնեսի շարունակականության ապահովման ոլորտում թույլ կողմերը. հարցման մասնակիցների հինգից գրեթե երեքը (57%) նշում են, որ վերջին երկու տարիներին առաջնային են համարել ներդրումները տեխնոլոգիական ոլորտում՝ գործառնական ճկունությունը բարելավելու համար: Դրամական միջոցների հոսքի պահպանումը նույնպես մարտահրավեր էր, ընդ որում միայն 44% -ն են առաջնահերթ համարել ֆինանսական վիճակի ամրապնդմանն ուղղված քայլերը:

Ճգնաժամը ստիպել է բազմաթիվ բիզնեսների հարմարվել, և գրեթե երկու երրորդը (63%) արդեն իսկ որոշակիորեն փոփոխել են իրենց գործողությունները: Մոտ կեսը (44%) մտադիր են հետազայում փոխել իրենց արտադրանքը և ծառայությունները՝ կամ դիվերսիֆիկացնելով (33%) կամ նեղացնելով առաջարկների շրջանակը՝ այն ավելի մասնագիտացված դարձնելով (17%):

Երկարաժամկետ հեռանկարով բիզնես պլաններն այժմ ընդգծում են առավել ճկուն աշխատակազմ և ընթացակարգեր ունենալու անհրաժեշտությունը՝ ավելի մեծ ուշադրություն դարձնելով տեխնոլոգիաներին և կայունությանը: Ուսումնասիրության հիմնական արդյունքներն են.

- Անշարժ գույքի զբաղեցրած տարածքի կրճատում. 38%-ը վերանայում են իրենց գրասենյակի և արտադրամասերի տարածքը, 29%-ն ակնկալում է կրճատել գրասենյակային տարածքը:
- Առավել ճկուն աշխատանքային ընթացակարգեր. ավելի քան երկու երրորդը (69%) կարծում է, որ ճկուն աշխատելաճոճը կդառնա սովորություն: Հարցվածների երրորդ մասն (34%) ակնկալում է կրճատել օդային ճանապարհորդությունները:
- Տեխնոլոգիաները կլինեն չափազանց կարևոր. տասից վեցը (61%) կարծում է, որ առաջիկա երկու տարիների ընթացքում առցանց համագործակցությունը կդառնա սովորական: 57% -ը նշում է, որ առցանց հանդիպումները՝ թիմի ներսում և դրանից դուրս, կմնան նույնիսկ COVID-19 համավարակով պայմանավորված սահմանափակումների վերանայուց հետո:
- Կայունությունը՝ որպես վերականգնման շարժիչ ուժ . ավելի քան տասից ինը (91%) նպատակ ունի վերականգնել իրենց բիզնեսը՝ այն դարձնելով ավելի կայուն, մինչդեռ մեկ երրորդը (27%) մտադիր է իրենց մատակարարման շղթաները դարձնել էկոլոգիապես առավել կայուն առաջիկա երկու տարիների ընթացքում:

COVID-19 համավարակը հայկական ընկերությունների ընթացակարգերում նույնպես փոփոխությունների է հանգեցրել՝ ստիպելով նրանց անցում կատարել աշխատանքի PUBLIC

հեռավար ձևաչափի: Համավարակից առաջ հայկական փոքր և միջին ձեռնարկություններում (ՓՄՁ) համացանցից օգտվելու ցուցանիշը համեմատաբար ավելի ցածր էր: 2019թ.-ի վերջին Համաշխարհային բանկի կողմից 400 տեղական ՓՄՁ-ների շրջանում իրականացված հարցման համաձայն՝ փոքր բիզնեսների 58%-ը չէր օգտվում թվային տեխնոլոգիաներից իրենց գործառնություններն իրականացնելիս՝ նշելով, որ դրանք նպատակահարմար չեն: Թեև 43%-ն օգտվում էր տեղեկատվական տեխնոլոգիաների (SS) գործիքներից վաճառքի իրականացման համար, իսկ մեկ երրորդը՝ հաճախորդների հետ հարաբերությունների կառավարման համակարգից, միայն մեկ հինգերորդն էր մատակարարներին ուղղված վճարումները կատարում առցանց, և միայն մեկ երրորդն էր հարկերը վճարում առցանց: Կազմակերպության ռեսուրսների պլանավորման, հաճախորդների հետ հարաբերությունների կառավարման և էլեկտրոնային եղանակով հաշիվների դուրսգրման համակարգերի մասին տեղյակ էր ՓՄՁ-ների մեկ երրորդից էլ քիչ մասը:

Տնտեսական գործունեություն իրականացնելու նպատակով տեղական բնակչության՝ համացանցից սահմանափակ օգտվելը ևս դեր է խաղում ՓՄՁ-ների կողմից տեղեկատվական տեխնոլոգիաներից օգտվելու գործում: չնայած էլեկտրոնային առևտրից օգտվելու աճող ցուցանիշներին՝ բնակչության միայն 13%-ն է առցանց գնել ապրանքներ ու ծառայություններ:

«Navigator զեկույցը ևս մեկ անգամ ապացուցեց ճկուն ճգնաժամային կառավարման ծրագրեր ունենալու կարևորությունը COVID-19 -ին և հնարավոր այլ մարտահրավերներին դիմակայելու համար: Այն նաև ընդգծեց, որ համավարակը բազմաթիվ ընկերությունների համար հանդիսացավ իրենց տրանսֆորմացիոն ծրագրերն առաջ տանելու խթան՝ նրանց դարձնելով առավել տոկուն», - ասաց «Էյչ-Էս-Բի-Սի Բանկ Հայաստան» ՓԲԸ-ի գլխավոր գործադիր տնօրեն Իրինա Սեյլանյանը:

HSBC-ի զեկույցն ընդգծում է ճգնաժամի ընթացքում ձեռնարկությունների միջև համագործակցության կարևորությունը, որը շատերի համար ստեղծված մարտահրավերներին դիմակայելու առանցքում է եղել:

- Վերջին վեց ամիսների ընթացքում գրեթե բոլոր (93%) ձեռնարկություններն աջակցել են իրենց գործընկեր ձեռնարկություններին, ընդ որում խոշոր բիզնեսները, մասնավորապես, աջակցում են իրենց փոքր գործընկերներին:
- Գրեթե տասից վեցը (58%) միայնց միջև փոխանցել են տեղեկություններ (25%), փորձառություն (24%) կամ կիսել գրասենյակային տարածք (13%) և շուրջ մեկ քառորդը (26%) խորհրդատվություն է տրամադրել:
- 40% -ը համագործակցել է այլ ձեռնարկությունների հետ իրենց արտադրանքը և ծառայությունները հաճախորդներին հասցնելու համար:

Այնուամենայնիվ, թեև համագործակցությունն օգնել է պահպանել առևտուրը ճգնաժամի ժամանակ, բիզնեսները առաջիկայում տեսնում են մի շարք մարտահրավերներ, քանի որ նրանք ձգտում են կայունություն ստեղծել առաջիկա վեց ամիսների ընթացքում: Բիզնեսների երկու երրորդը (62%) փոփոխության տեսանկյունից հիմնական խոչընդոտ են համարում ֆինանսական ծառայությունների և աշխատուժի ոլորտում առկա թույլ կողմերը, ընդ որում հարցվածների ընդամենը մեկ երրորդից էլ քիչ մասն է (31%) պայքարում դրամական միջոցների բավարար հոսքը պահպանելու ուղղությամբ: Բացի այդ, բիզնեսների մեկ երրորդը (33%) աշխատակիցների վարքագիծն ու շահագրգռվածությունը համարում է մոտակա ժամանակներում կայունության կառուցման համար խոչընդոտ:

Չեկույցն արտացոլում է նաև մի շարք փոփոխություններ, որոնք բիզնեսներն ակնկալում են ձեռնարկել իրենց մատակարարման շղթաներում առաջիկա երկու տարիների ընթացքում թափանցիկությունն ու անվտանգությունը խթանելու համար:

- Տասից երեքը (29%) ցանկանում է դիվերսիֆիկացնել իրենց մատակարարման ցանցը և աշխատել ավելի շատ գործընկերների հետ, քառորդ մասը (26%) ցանկանում է աշխատել ավելի կայուն շուկաների բիզնեսների հետ:
- Մեկ երրորդը պլանավորում է սահմանափակել կամ կրճատել իրենց մատակարարման շղթաները՝ ռիսկերը նվազեցնելու համար:
- Ավելի քան երկու երրորդը (67%) նախատեսում է բարձրացնել իրենց մատակարարման շղթայի անվտանգությունը՝ գտնելով կարևոր մատակարարների, իսկ տասից երեքը (31%) նախատեսում է վերանայել իրենց մատակարարների կարողությունը՝ ապագա ցնցումներին դիմակայելու համար:

Խմբագիրների համար.

«HSBC Navigator» -ի մասին

«HSBC Navigator» հարցումն իրականացվում է HSBC- ի պատվերով Kantar տվյալների հետազոտական ընկերության կողմից: Ուսումնասիրության համար հիմք են ծառայել 2,604 ձեռնարկությունների պատասխանատուների կողմից տրամադրված պատասխանները՝ սկսած փոքր և միջին շուկայի ձեռնարկություններից մինչև տարբեր ոլորտներում գործող խոշոր կորպորացիաներ: Հարցման մասնակիցները կարևոր դերակատարում ունեն իրենց ընկերության ռազմավարական ուղղության որոշման գործում՝ ներկայացնելով տարբեր պաշտոններ՝ այդ թվում գլխավոր գործադիր տնօրեններ, ֆինանսների, գնումների, մատակարարման շղթաների, վաճառքի և մարքեթինգի բաժինների պատասխանատուներ: 2020 թ. ապրիլի 28-ից մայիսի 12-ն ընկած ժամանակահատվածում հարցմանը մասնակցել են ընդհանուր 14 շուկաներ:

- Հյուսիսային և Հարավային Ամերիկա, Կանադա, Մեքսիկա, ԱՄՆ
- Ասիա-Խաղաղօվկիանոսյան տարածաշրջան՝ Ավստրալիա, Հոնկոնգ, Հնդկաստան, Ինդոնեզիա, մայրցամաքային Չինաստան, Մալայզիա, Սինգապուր
- Եվրոպա՝ Ֆրանսիա, Գերմանիա, Մեծ Բրիտանիա
- Մերձավոր Արևելքի և Հյուսիսային Աֆրիկա՝ ԱՄԷ

Արդյունքները ներկայացնում են յուրաքանչյուր շուկայի միջազգային առևտրի ծավալները (Առևտրի համաշխարհային կազմակերպության տվյալներ՝ 2017-2018)։

HSBC Խումբ

HSBC Holdings plc-ը՝ HSBC Խմբի ընկերության գլխամասը, գտնվում է Լոնդոնում: Խումբը ծառայություններ է տրամադրում 64 երկրներում և տարածաշրջաններում՝ Եվրոպայում, Ասիայում, Հյուսիսային և Լատինական Ամերիկայում, ինչպես նաև Մերձավոր Արևելքում և Հյուսիսային Աֆրիկայում: HSBC-ն հանդիսանում է աշխարհի ամենախոշոր և հզոր ֆինանսական կառույցներից մեկը, որի ակտիվները 2020թ. մարտի 31-ի դրությամբ կազմել են 2,918 միլիարդ ԱՄՆ դոլար:

HSBC Հայաստան

«Էյչ-Էս-Բի-Սի Բանկ Հայաստան» ՓԲԸ-ը հիմնադրվել է 1996թ-ին: Բանկը համատեղ ձեռնարկություն է, որի 70%-ը պատկանում է HSBC Խմբին, իսկ 30%-ը՝ արտերկրի հայ գործարարի: Էյչ-Էս-Բի-Սի Հայաստանը սպասարկում է շուրջ 30 000 հաճախորդի Երևան քաղաքում գտնվող իր 8 գրասենյակների և մոտ 362 աշխատակիցների միջոցով: 2020թ.-ի մարտի 31-ի դրությամբ բանկի ակտիվները կազմել են 298 միլիարդ ՀՀ դրամ ներառյալ Էյչ-Էս-Բի-Սի Բանկ ՓԲԸ-Սի Լոնդոնի կողմից Բանկի միջնորդությամբ տրամադրված վարկեր: