



Chuyển đổi số

trong hoạt động thương mại và phân phối tại Việt Nam^(*)

■ TS. Lê Thùy Dung⁽¹⁾, TS. Đặng Thị Thảo⁽¹⁾
TS. Nguyễn Lan Anh⁽²⁾

Trong xu thế phát triển mạnh mẽ về công nghệ trên thế giới, cùng với chủ trương của Chính phủ phát triển chiến lược quốc gia về chuyển đổi số, kịp thời thích ứng với xu thế toàn cầu dẫn đến yêu cầu nâng cao năng lực số của các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực thương mại và phân phối tại Việt Nam trở nên cấp thiết, nhằm giúp các doanh nghiệp thay đổi thích ứng trong bối cảnh công nghệ 4.0 và các điều kiện mới, cải thiện hiệu quả kinh doanh cũng như tăng năng lực kết nối trong chuỗi giá trị toàn cầu. Nhóm tác giả đã thực hiện khảo sát mức độ sẵn sàng chuyển đổi số của các doanh nghiệp hoạt động thương mại và phân phối tại Việt Nam để làm rõ thực trạng chuyển đổi số của các tổ chức. Qua kết quả khảo sát cho thấy, các doanh nghiệp này đang phải đối mặt với một số thách thức trong quá trình chuyển đổi số như hạn chế về năng lực công nghệ thông tin của nhân viên, thiếu chiến lược rõ ràng về chuyển đổi số, hạn chế về nguồn lực tài chính để đầu tư hạ tầng công nghệ, văn hóa chuyển đổi số, vấn đề bảo mật thông tin khách hàng và an toàn mạng. Thông qua đây, nhóm tác giả đã đề xuất một số giải pháp góp phần thúc đẩy sự phát triển của quá trình chuyển đổi số trong hoạt động thương mại và phân phối của các doanh nghiệp trong thời gian tới.

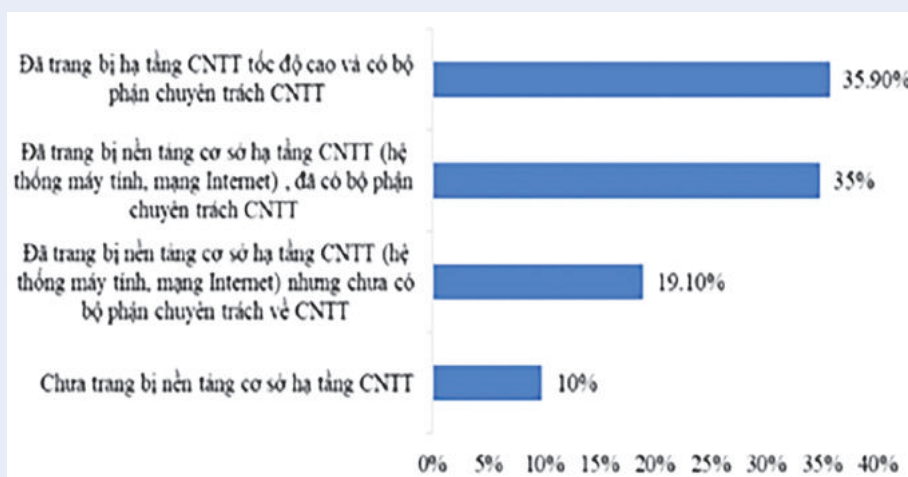
⁽¹⁾ Trường Đại học Kinh tế Nghệ An; ⁽²⁾ Đại học Ngân hàng Thành phố Hồ Chí Minh

1. Thực trạng chuyển đổi số trong hoạt động thương mại và phân phối tại Việt Nam

Nhóm tác giả tiến hành khảo sát trực tuyến 220 doanh nghiệp với các quy mô khác nhau, tham gia hoạt động thương mại và phân phối ở các lĩnh vực ngành, nghề khác nhau tại Việt Nam như thương mại, bán lẻ... Trong đó, các doanh nghiệp có quy mô từ 100 nhân viên trở lên, chiếm 56,2%, dưới 100 nhân viên, chiếm 43,8%.

Hạ tầng công nghệ thông tin được xem là một trong những nền tảng cơ bản quyết định thành công của quá trình chuyển đổi số ở các doanh nghiệp, nên cần được chú trọng đầu tư sớm. Việc đầu tư cơ sở hạ tầng công nghệ thông

tin giúp công ty có thể cải thiện năng suất nhân viên và trải nghiệm khách hàng, thu thập dữ liệu nhanh chóng, kịp thời... Kết quả khảo sát cho thấy, phần lớn các doanh nghiệp tham gia hoạt động thương mại và phân phối đã trang bị nền tảng cơ bản hạ tầng công nghệ thông tin. Mặc dù, 90% doanh nghiệp được khảo sát đã trang bị hạ tầng công nghệ thông tin, 70,9% doanh nghiệp có bộ phận chuyên trách công nghệ thông tin, tuy nhiên mới chỉ 35,9% trang bị hạ tầng công nghệ thông tin tốc độ cao (các ứng dụng điện toán đám mây, AI, Big data...), 49,1% doanh nghiệp mới chỉ đầu tư hệ thống máy tính, mạng Internet, thiếu các ứng dụng quản lý vận hành, giao nhận, nguồn lực khác...

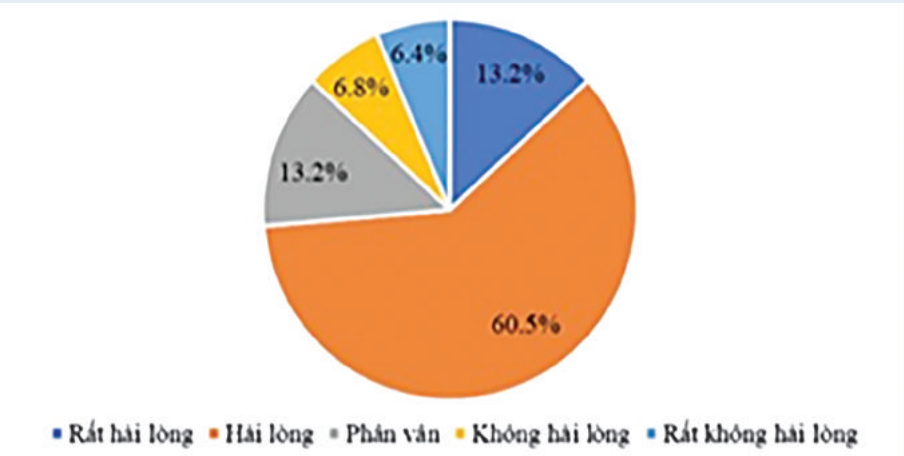


Hình 1. Thống kê trang bị cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin tại các doanh nghiệp hoạt động thương mại và phân phối
(Nguồn: Thống kê khảo sát của nhóm tác giả)

Kết quả khảo sát về việc ứng dụng các công nghệ 4.0 vào quá trình quản lý hoạt động kinh doanh (nền tảng Blockchain, Big Data, AI...) cho thấy, 33,6% chưa ứng dụng, 33,2% ứng dụng 1 nền tảng, 33,2% ứng dụng từ 2 nền tảng trở lên. Việc ứng dụng hạ tầng công nghệ thông tin tốc độ cao còn rất hạn chế đối với các doanh nghiệp hoạt động thương mại và phân phối, dẫn đến hạn chế trong việc kết nối đối với hệ thống công nghệ thông tin bên ngoài cũng như vấn đề an toàn thông tin.

Các doanh nghiệp đã áp dụng công nghệ số vào tiếp thị, kênh phân phối và bán hàng để nâng cao trải nghiệm khách hàng tại doanh nghiệp, đây được xem là một trong những xu thế tất yếu của quá trình chuyển đổi số. Kết quả khảo sát mức độ áp dụng công nghệ số vào tiếp thị, kênh phân phối và bán hàng cho thấy: 57,7% doanh nghiệp thường xuyên áp dụng, 24,5% doanh nghiệp thỉnh thoảng áp dụng, 17,8% hiếm khi/không áp dụng công nghệ vào lĩnh vực này (Nguồn: Thống kê từ kết quả khảo sát). Việc

phân quyền quản lý dữ liệu giữa các bộ phận chuyên nghiệp với mức độ hài lòng đạt trên 60.5%, hài lòng cao đạt 13,2% (Hình 2).

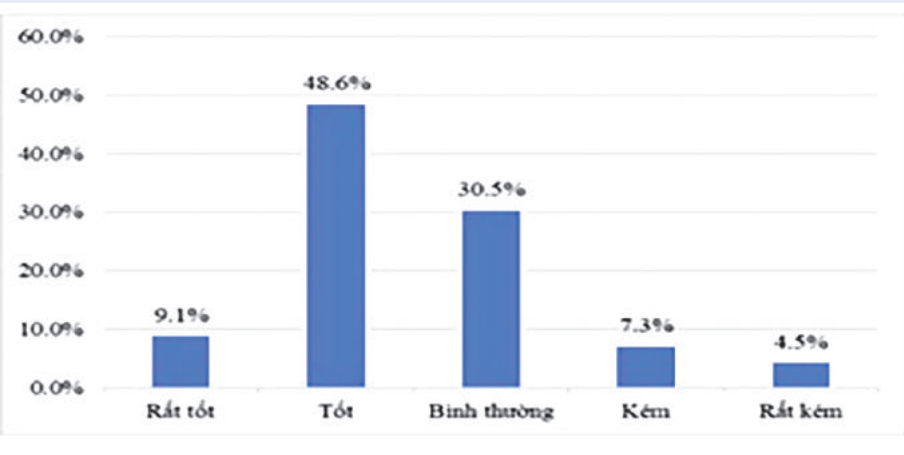


Hình 2. Mức độ hài lòng về việc phân quyền quản lý dữ liệu giữa các bộ phận chuyên trách tại doanh nghiệp hoạt động thương mại và phân phối

(Nguồn: Thống kê khảo sát của nhóm tác giả)

Mức độ tự đồng bộ thông tin giữa các bộ phận tương đối cao, tỷ lệ trên 63% từ khá trở lên. Năng lực ứng dụng công nghệ thông tin của

nhân viên tại các doanh nghiệp cho thấy 48,6% có năng lực ứng dụng tốt, 9,1% có năng lực ứng dụng công nghệ thông tin rất tốt (Hình 3).



Hình 3. Khảo sát năng lực ứng dụng công nghệ thông tin của nhân viên tại các doanh nghiệp hoạt động thương mại và phân phối

(Nguồn: Thống kê từ kết quả khảo sát của nhóm tác giả)

2. Thách thức của doanh nghiệp hoạt động thương mại và phân phối trong quá trình chuyển đổi số

Thứ nhất: Vấn đề bảo mật thông tin khách hàng và an toàn mạng chưa đảm bảo

Việc rò rỉ thông tin có thể bị các đối tượng

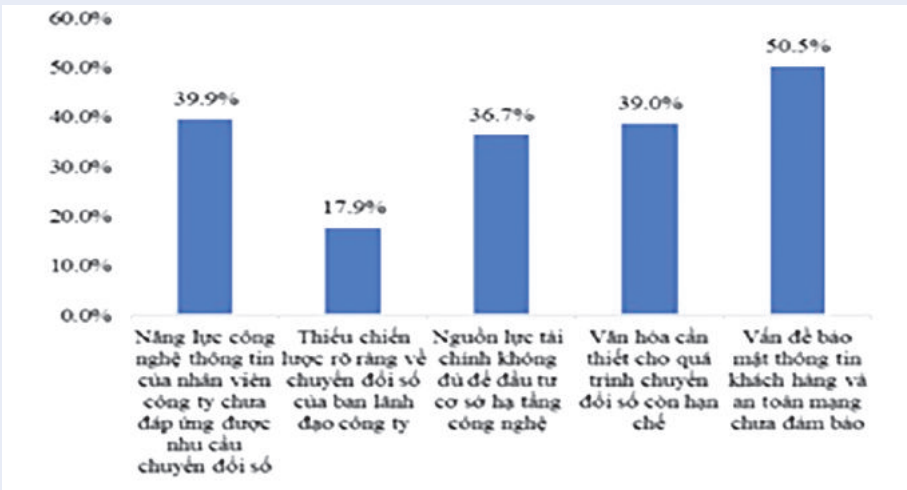
lợi dụng để tung tin thất thiệt, gây ảnh hưởng danh tiếng, đời sống riêng tư của người dùng, sự sống còn của doanh nghiệp. Do đó, vấn đề an toàn và bảo mật thông tin luôn được các doanh nghiệp và người dùng đặc biệt lo ngại và quan tâm. Trên 50% số doanh nghiệp được khảo sát

lo ngại về vấn đề bảo mật thông tin khách hàng và an toàn mạng, 28,2 % doanh nghiệp được khảo sát cho rằng rủi ro cao/rất cao trong quá trình chuyển đổi số.

Thứ hai: Năng lực công nghệ thông tin của nhân viên công ty chưa đáp ứng được nhu cầu chuyển đổi số

Trong số các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực thương mại và phân phối, 39,9% cho rằng năng lực công nghệ thông tin của nhân viên còn hạn chế, chưa đáp ứng được nhu cầu chuyển

đổi số. Đây cũng là một trong những thách thức lớn cho các doanh nghiệp Việt Nam nói chung và các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực thương mại và phân phối nói riêng. Đặc biệt, khi khung năng lực về công nghệ số của châu Âu dành cho công dân được công nhận rộng rãi thì thực trạng này của các doanh nghiệp cần phải có những giải pháp gấp rút nhằm tăng cường năng lực công nghệ thông tin hướng đến tiếp cận với khung năng lực số cho công dân của châu Âu.



Hình 4. Thách thức của doanh nghiệp tham gia hoạt động thương mại và phân phối trong quá trình chuyển đổi số

(Nguồn: Thống kê từ kết quả khảo sát của nhóm tác giả)

Thứ ba: Văn hóa cần thiết cho quá trình chuyển đổi số còn hạn chế

Quá trình chuyển đổi số mở ra nhiều khả năng mới và vô hạn cho các tổ chức, doanh nghiệp. Nhưng, doanh nghiệp muốn tiến hành chuyển đổi số, đầu tiên cần phải tập trung vào con người - hay chính là văn hóa của tổ chức. Một trong những yếu tố then chốt để chuyển đổi số thành công chính là chuyển đổi giá trị, niềm tin cũng như các chiến lược của doanh nghiệp trước tiên. Việc xây dựng một tổ chức kỹ thuật số, điều quan trọng là cần có khả năng của con người trong quản lý công nghệ, quan trọng hơn là về tư duy của con người và

văn hóa mà tổ chức đó tích lũy. Công nghệ kỹ thuật số có thể làm cho các tổ chức nhanh hơn, có tư duy để thực hiện công việc tốt nhất trong các công việc đang làm. Trong quá trình khảo sát, có đến 39% doanh nghiệp đồng ý rằng một trong những thách thức lớn của tổ chức mình đó chính là thiếu đi nền văn hóa cần thiết cho quá trình chuyển đổi số được diễn ra nhanh chóng. Vì vậy, khó khăn không nhỏ dành cho các nhà lãnh đạo doanh nghiệp hiện nay chính là chuyển đổi dần văn hóa “truyền thống” sang nền văn hóa số - văn hóa để phục vụ cho quá trình chuyển đổi số của doanh nghiệp.

Thứ tư, chiến lược chuyển đổi số trong doanh nghiệp còn chưa rõ ràng

Mặc dù sự thiếu rõ ràng trong chiến lược chuyển đổi số chỉ chiếm 17,9%, tuy nhiên khi phân tích các yếu tố còn lại trong bảng khảo sát lại thấy rằng những lựa chọn các câu trả lời khác đều phản ánh doanh nghiệp đó gần như đang rất lạ lẫm với quá trình chuyển đổi số. Điều này có thể chứng minh được vai trò vô cùng quan trọng của việc có được một chiến lược chuyển đổi số rõ ràng, nó là điểm khởi đầu, là kim chỉ nam cho tất cả các hoạt động chuyển đổi số sau này của doanh nghiệp.

3. Một số giải pháp góp phần thúc đẩy chuyển đổi số trong lĩnh vực thương mại và phân phối tại Việt Nam

Từ kết quả khảo sát, một số gợi ý nhằm góp phần thúc đẩy chuyển đổi số trong hoạt động thương mại và phân phối, bao gồm:

Xây dựng chiến lược chuyển đổi số rõ ràng trong doanh nghiệp

Một trong những thách thức mà nhiều người tham gia khảo sát đều lựa chọn đó là doanh nghiệp của họ thiếu một chiến lược chuyển đổi số rõ ràng. Điều này khiến cho các thành viên trong doanh nghiệp gặp khó

khăn trong việc xác định những ưu tiên trong các hoạt động của doanh nghiệp. Do đó, nhà quản trị nên xác định chuyển đổi số như là một trong những sáng kiến kinh doanh chứ không chỉ là một dự án của bộ phận công nghệ thông tin trong tổ chức. Tiếp đến, cần xác định chuyển đổi số là một hoạt động mang tính bền vững, có kế hoạch hành động cụ thể và xây dựng tầm nhìn trong tương lai để giúp doanh nghiệp có thể đương đầu với những thách thức cũng như sự chuyển đổi doanh nghiệp một cách nhanh chóng.

Tối ưu hóa nguồn lực và công nghệ trong doanh nghiệp

Kết quả khảo sát từ nhóm nghiên cứu cho thấy việc ứng dụng các nền tảng công nghệ 4.0 vào quá trình quản lý hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp thương mại và phân phối hiện nay còn đang rất thấp (hơn 33% các doanh nghiệp chưa hề ứng dụng một nền tảng nào). Một hệ thống quản trị nguồn lực doanh nghiệp sẽ là một khởi đầu hiệu



Các giải pháp công nghệ tại Hội nghị thúc đẩy mô hình chuyển đổi số cho doanh nghiệp ngành Công thương năm 2023

quả cho chuyển đổi số của tổ chức. Một trong những lợi thế của chuyển đổi số được các nhà quản trị doanh nghiệp thương mại và phân phối quan tâm chính là việc có thể tích hợp tất cả các hệ thống thông tin dữ liệu của doanh nghiệp thành một mạng lưới, để có thể áp dụng các công cụ phân tích, từ đó hỗ trợ cho nhà lãnh đạo thực hiện việc lập kế hoạch, ra các quyết định quản trị dựa trên các minh chứng có độ chính xác cao. Một hạ tầng công nghệ phù hợp cho tổ chức giúp doanh nghiệp sử dụng thông tin chi tiết của tổ chức để từ đó xây dựng được hệ thống tương tác phù hợp với khách hàng, nhà cung cấp và nhân viên trong tổ chức. Việc tối ưu hóa nguồn lực bằng hệ thống quản trị nguồn lực sẽ đảm bảo được các quy trình kinh doanh hoạt động hiệu quả và không lãng phí nhất có thể.

Nâng cao trải nghiệm của khách hàng

Theo kết quả khảo sát của nhóm nghiên cứu, hầu hết các doanh nghiệp thương mại và phân phối đã nhận thức được vai trò của việc nâng cao trải nghiệm của khách hàng, với kết quả thu được từ cuộc khảo sát là: 57,7% doanh nghiệp thường xuyên áp dụng các công nghệ để gia tăng sự trải nghiệm. Tuy nhiên, đây chưa phải là kết quả đáng mong đợi trong thời đại cách mạng 4.0. Hiện nay xu thế chung của khách hàng đó là họ sẽ tìm hiểu về các công ty và thương hiệu, tiến hành so sánh các dịch vụ, kết nối với đồng nghiệp và xem nội dung trên thiết bị di động của họ. Khách hàng muốn quản lý các hoạt động trong một môi trường di động, kỹ thuật số và liền mạch. Điều này có nghĩa là các doanh nghiệp muốn tiếp cận, duy trì và có được lượng khách hàng trung thành từ đó giúp tổ chức tăng doanh thu và thị phần thì cần phải gia tăng sự trải nghiệm của khách hàng bằng các giải pháp như:

Thứ nhất, tăng cường đào tạo nhân viên bán hàng của doanh nghiệp làm việc tại các trung tâm xử lý cuộc gọi của khách hàng.

Thứ hai, bổ sung những tính năng hỗ trợ khách hàng như khách hàng có thể xem các đơn đặt hàng trước đây, khách hàng có thể tạo thông tin trả hàng và đặt hàng lại dễ dàng hơn.

Thứ ba, hiện đại hóa quy trình quản lý bán hàng để nhân viên có thể dễ dàng có được những thông tin đơn hàng đặt trước đây, kiểm tra hàng tồn kho và phần mềm có thể đưa ra đề xuất thông minh về các sản phẩm bổ sung hoặc thay thế.

Nâng cao năng lực công nghệ thông tin của nhân viên

Theo kết quả khảo sát cho thấy, năng lực công nghệ thông tin của nhân viên trong doanh nghiệp là một trong những rào cản khiến cho quá trình chuyển đổi số diễn ra không đúng với kì vọng của nhà lãnh đạo. Khi doanh nghiệp đã xác định được chiến lược chuyển đổi số rõ ràng, bước tiếp theo tổ chức cần đánh giá lại thực trạng năng lực công nghệ thông tin của toàn bộ nhân viên trong doanh nghiệp để xây dựng kế hoạch đào tạo phù hợp với từng nhiệm vụ, vị trí công việc cũng như nguồn tài chính hiện tại của doanh nghiệp. Trong đó, quá trình cập nhật năng lực công nghệ thông tin cần tiếp cận với khung năng lực số của châu Âu đã được nhiều quốc gia áp dụng rộng rãi cho công dân của họ.

Đảm bảo an toàn thông tin cho khách hàng và đối tác trong quá trình chuyển đổi số

Dữ liệu, bao gồm những thông tin quan trọng như nhận dạng cá nhân về khách hàng, đối tác và nhân viên là một trong những tài sản quý giá mà công ty cần bảo vệ. Với quá trình chuyển đổi số, các doanh nghiệp đều phải triển khai tất cả các loại công cụ và dịch vụ công nghệ mới như dịch

vụ đám mây, IoT... Nếu doanh nghiệp không có chiến lược bảo mật tốt, sẽ là một rủi ro khiến cho doanh nghiệp có thể bị tấn công bằng mã độc, đánh cắp thông tin cho các hoạt động phạm pháp, bị đánh sập hệ thống và nhiều tác động tiêu cực khác. Doanh nghiệp cần triển khai ứng dụng các nền tảng quản lý nhằm giúp tổ chức bảo mật các thiết bị dễ bị tổn thương, cho phép doanh nghiệp nhanh chóng phát hiện ra các mối đe dọa, từ đó có biện pháp ứng phó hiệu quả. Để làm được điều đó, đầu tiên cần nâng cao nhận thức về an ninh mạng cho các thành viên trong doanh nghiệp bằng việc đào tạo nhân viên: cách phát hiện các cuộc tấn công phổ biến, cách sử dụng các thiết bị đầu cuối một cách an toàn... Bên cạnh đó, các nhà lãnh đạo doanh nghiệp cần nhận thức rằng, để giảm thiểu rủi ro trong bảo mật thì cách tốt nhất là phải nỗ lực bảo mật ngay từ đầu, tập trung vào những điểm yếu của dữ liệu và duy trì bảo mật mạnh mẽ trong suốt quá trình hoạt động của doanh nghiệp.

4. Kết luận

Với xu thế toàn cầu hóa đang diễn ra ở mọi lĩnh vực trong cuộc sống, cùng với đó là những ứng dụng của các thành tựu Cách mạng công nghiệp 4.0, hoạt động thương mại và phân phối không chỉ giới hạn ở sự tương tác và mối quan hệ giữa hai người gần nhau về mặt vật lý. Nó thường diễn ra ở khoảng cách xa, xuyên biên giới và xuyên thời gian.

Vai trò của các chủ thể tham gia trong hoạt động thương mại và phân phối đã không còn thụ động, nhờ có sự phát triển của Internet và ứng dụng công nghệ thông tin mà các doanh nghiệp thương mại và phân phối đã cung cấp nhiều phương tiện tương tác, giúp người tiêu dùng tiếp cận sản phẩm/dịch vụ dễ dàng và hiệu quả hơn. Tuy nhiên, để quá trình chuyển đổi số thành công, bài báo đã khuyến nghị các nhà lãnh đạo doanh nghiệp cần vượt qua được những rào cản, thách thức như: xây dựng văn hóa số, nâng cao năng lực công nghệ thông tin cho nhân viên, đầu tư vào hệ

thống bảo mật một cách bài bản cùng với sự chuẩn bị và vận dụng hiệu quả nguồn lực tài chính để có thể duy trì chiến lược chuyển đổi số cho doanh nghiệp./.

(*) Nguồn: Kỷ yếu Hội thảo “Vai trò của cơ sở giáo dục và doanh nghiệp trong việc thực hiện mục tiêu, phát triển bền vững” tổ chức tháng 8/2023.

Tài liệu tham khảo:

1. Caputo, A., Pizzi, S., Pellegrini, M. M., & Dabić, M. (2021). Digitalization and business models: Where are we going? A science map of the field. *Journal of Business Research*, volume 123, p.489 - 501.
2. Delaporte, A., & Bahia, K. (2022). The State of Mobile Internet Connectivity Report 2022. <https://www.gsma.com/r/somic/>: GSMA.
3. European Investment Bank, Recovery as a springboard for change, 2021, p.5 - 10.
4. Hess, T., Matt, H., Benlian, A., & Wiesböck, F. (2016). Options for Formulating a Digital Transformation Strategy. *MIS-Quarterly-Executive* 15(2), p.123 - 139.
5. Li, W., & Li, C. (2022). Path Analysis of the Impact of Digital Transformation on Export Performance of Textile and Apparel Companies. *Open Journal of Business and Management* 10(6), p.2903 - 2914.
6. Teng, X., Wu, Z., & Yang, F. (2022). Impact of the Digital Transformation of Small- and Medium-Sized Listed Companies on Performance: Based on a CostBenefit Analysis Framework. *Journal of Mathematics*, Volume 2022, p.1 - 14.
7. Thủ tướng Chính phủ (2020), Quyết định số 749/QĐ-TTg về việc Phê duyệt “Chương trình Chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030”.
8. Yang, Z. F. (2020). Modes, shortcomings and countermeasures of my country's industrial digital transformation. *China's Circulation Economy*, vol. 34, no.7, p.60 - 67.
9. Ye, Z., & Tong, Y. (2022). The Influence of Digital Transformation of Foreign Trade Enterprises on Their Business Performance. *Discrete Dynamics in Nature and Society*, 3, p.1 - 9.