

Ảnh hưởng của chuyển đổi số đến kết quả hoạt động của các doanh nghiệp tại Việt Nam

Lê Văn Chiến

Đào Anh Tuấn

Trường Đại học Mỏ - Địa chất

Nghiên cứu ảnh hưởng của chuyển đổi số đến kết quả hoạt động giúp doanh nghiệp, các cơ quan quản lý nhà nước có những chính sách của chuyển đổi số phù hợp để cải thiện kết quả hoạt động của các doanh nghiệp. Bài báo hệ thống hóa cơ sở lý luận về ảnh hưởng của chuyển đổi số đến kết quả hoạt động của các doanh nghiệp Việt Nam, từ đó đề xuất mô hình đánh giá mức độ ảnh hưởng của chuyển đổi số đến hiệu quả hoạt động của các doanh nghiệp này.

1. Mở đầu

Trên thế giới đã có nhiều nghiên cứu về ảnh hưởng của chuyển đổi số đến kết quả hoạt động của doanh nghiệp, với những lợi ích mà chuyển đổi số mang lại các nhà nghiên cứu đều cho rằng chuyển đổi số giúp tăng hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp. Tuy nhiên, các nghiên cứu trước đây chỉ có thể đánh giá mức độ tác động của chuyển đổi số trong hai trường hợp: chỉ số tài chính và yếu tố đo lường được hoặc chỉ số phi tài chính và các yếu tố tiềm ẩn.

Tại Việt Nam, chưa có nhiều nghiên cứu về mối quan hệ này, hầu hết các nghiên cứu chủ yếu tập trung vào chỉ ra các rào cản chuyển đổi số, các nhân tố ảnh hưởng đến chuyển đổi số thành công, hoặc các nghiên cứu mới chỉ tập trung vào việc đánh giá mức độ ảnh hưởng của chuyển đổi số đến các chỉ tiêu tài chính của doanh nghiệp. Do đó, nghiên cứu ảnh hưởng của chuyển đổi số đến kết quả hoạt động của doanh nghiệp thông qua nhiều khía cạnh khác nhau là rất cần thiết, việc nghiên cứu này sẽ khẳng định việc đầu tư cho chuyển đổi số trong doanh nghiệp là cần thiết hay không, từ đó có thể đề xuất được những chính sách chuyển đổi số phù hợp với bối cảnh cuộc cách mạng công nghệ 4.0 hiện nay.

2. Cơ sở lý luận về ảnh hưởng của chuyển đổi số đến kết quả hoạt động của doanh nghiệp

Kết quả hoạt động của doanh nghiệp được đánh giá dựa trên một số tiêu chí hoặc tiêu chuẩn đã xác định trước. Phương pháp đánh giá hiệu quả truyền thống là dựa trên quan điểm của kế toán. Mỗi mô hình đánh giá kết quả kinh doanh có những đặc điểm khác nhau giúp doanh nghiệp, tổ chức xác định, lựa chọn phương pháp thích hợp để đánh giá hiệu quả hoạt động. Tuy nhiên, theo nhóm nghiên cứu để đánh giá kết quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp cần đánh giá trên hai khía cạnh là tài chính (các kết quả cụ thể doanh nghiệp đã đạt được) và phi tài chính (cải thiện chất lượng, quy trình để

nâng cao kết quả hoạt động), theo đó có thể sử dụng mô hình "Kết quả - Các yếu tố quyết định" của Fitzgerald và cộng sự (1991) để đánh giá kết quả hoạt động của các doanh nghiệp, cụ thể:

- Kết quả (tài chính): sử dụng các tiêu chí liên quan đến kết quả tài chính để đánh giá: Tỷ suất lợi nhuận ròng trên tài sản (ROA) và tỷ suất lợi nhuận ròng trên vốn chủ sở hữu (ROE).

- Các yếu tố quyết định (Phi tài chính): sử dụng các tiêu chí tập trung vào các yếu tố quyết định đến kết quả tài chính: chất lượng dịch vụ, tính linh hoạt, sử dụng nguồn lực và sự đổi mới.

Với quan điểm trên, cần giải quyết 3 vấn đề: (1) Đầu tư cho chuyển đổi số có làm tăng kết quả hoạt động của doanh nghiệp; (2) Chuyển đổi số có làm hài lòng khách hàng; (3) Chuyển đổi số có làm tăng hiệu suất làm việc của nhân viên.

2.1. Các nhân tố tác động đến kết quả hoạt động của doanh nghiệp

Một số công trình nghiên cứu tiêu biểu về các nhân tố tác động đến kết quả kinh doanh của doanh nghiệp bao gồm:

- Chuyển đổi số: Theo kết quả nghiên cứu của Do, Trang Doan, Ha An Thi Pham, Eleftherios I. Thalassinou, and Hoang Anh Le (2022) cho thấy: Chuyển đổi số tác động đến quy trình kinh doanh, thay đổi cách thức kinh doanh của doanh nghiệp, làm cho việc tương tác giữa doanh nghiệp và khách hàng trở nên dễ dàng, nhanh chóng và hiệu quả hơn, giúp phục vụ được nhiều khách hàng hơn cùng một lúc.

- Cơ cấu vốn: Theo các kết quả nghiên cứu của T.A.N.R.Jayarathnea (2014), Imran Hossain (2016) đã tìm ra mối quan hệ giữa tỷ lệ nợ với kết quả hoạt động của doanh nghiệp, khả năng tự chủ tài chính của doanh nghiệp quyết định sự thành công các chiến lược kinh doanh, khả năng tự chủ tài chính càng cao thì khả năng thành công của kế hoạch kinh doanh càng lớn.

- Quản trị nợ phải thu của khách hàng: Kết quả nghiên cứu của Deloof (2003) cho thấy kỳ thu tiền bình quân của doanh nghiệp có mối quan hệ với kết quả hoạt động của doanh nghiệp. Nếu không khách hàng nợ thì sẽ mất cơ hội bán hàng, do đó mất đi một khoản lợi nhuận. Nếu để khách hàng nợ quá nhiều sẽ làm tăng chi phí cho khoản phải thu, nguy cơ phát sinh các khoản nợ khó đòi, rủi ro không thu hồi được nợ cũng gia tăng.

- Đầu tư tài sản cố định: Nghiên cứu của R.Zeitun and G.G.Tian (2007), cho thấy tỷ lệ đầu tư cho tài sản cố định các tác động đến hiệu quả hoạt động của các doanh nghiệp. Các doanh nghiệp đều cố gắng nâng cao hiệu quả sử dụng tài sản cố định để đạt được lợi nhuận cao nhất đồng thời luôn tìm các nguồn tài trợ, tăng tài sản cố định hiện có để mở rộng sản xuất kinh doanh.

- Tốc độ tăng trưởng của doanh nghiệp: Theo nghiên cứu của Zeitun và Tian (2007), tốc độ tăng trưởng có tác động tích cực đến hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Tăng trưởng sẽ giúp doanh nghiệp có thể đạt được các mục tiêu trong hoạt động sản xuất kinh doanh, đồng thời tăng trưởng giúp cho doanh nghiệp tích lũy về nguồn vốn và cơ sở vật chất máy móc để đầu tư mở rộng sản xuất đồng thời tạo dựng được uy tín đối với khách hàng cũng như với các nhà cung cấp, các nhà đầu tư.

- Quy mô của doanh nghiệp: Nghiên cứu của Imran Hossain (2016) cho thấy quy mô doanh nghiệp có ảnh hưởng đến kết quả hoạt động của doanh nghiệp. Lợi thế kinh tế theo quy mô có được bởi các lý do như giảm thiểu chi phí cố định, hiệu quả của chuyên môn hóa, mua nguyên vật liệu và phụ tùng với số lượng lớn...

- Thời gian hoạt động của doanh nghiệp: Theo kết quả nghiên cứu của Neil Nagy (2009) thời gian hoạt động là nhân tố có ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp. Các doanh nghiệp hoạt động lâu năm trong một lĩnh vực kinh doanh sẽ có được nhiều kinh nghiệm đồng thời tích lũy được nguồn vốn.

2.2. Các nhân tố trong chuyển đổi số tác động đến sự hài lòng của khách hàng

Sự hài lòng của khách hàng được dùng để xác định mức độ hài lòng của khách hàng sau khi mua sản phẩm/ dịch vụ. Lợi nhuận chỉ là mục đích trước mắt mà doanh nghiệp hướng tới, còn ẩn sau đó đòi hỏi các doanh nghiệp luôn phải cố gắng tạo cho khách hàng sự hài lòng thỏa mãn khi trải nghiệm sản phẩm/ dịch vụ của mình. Vì khi thỏa mãn được khách hàng, họ sẽ trung thành và gắn bó lâu dài với doanh nghiệp, không những thế họ còn giới thiệu doanh nghiệp tới người thân, bạn bè. Chính vì thế, sự hài lòng của khách hàng có vai trò quan trọng trong việc tạo ra kết quả hoạt động của doanh nghiệp.

Cuộc cách mạng công nghệ 4.0 đã tạo ra rất nhiều công cụ thuận tiện cho doanh nghiệp trong việc truyền thông, bán hàng, tăng trải nghiệm và chăm sóc khách hàng. Nhưng công nghệ phát triển cũng là lúc doanh nghiệp phải cố gắng nhiều hơn trong cuộc đua giữ khách hàng vì người tiêu dùng hiện có quá nhiều kênh, nhiều hàng hóa hơn để chọn lựa.

2.3. Các nhân tố trong chuyển đổi số tác động đến hiệu suất làm việc của nhân viên

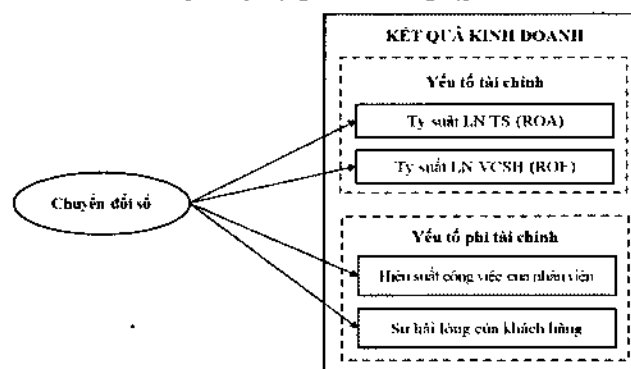
Hiệu suất công việc của mỗi nhân viên gắn liền, tác động trực tiếp đến sự phát triển của mọi doanh nghiệp trong ngắn, trung và cả dài hạn. Khi hiệu suất công việc của nhân viên được cải thiện sẽ giúp doanh nghiệp tiết kiệm được chi phí nguồn lực đầu vào, nâng cao năng suất lao động, sử dụng nguồn nhân lực tối ưu, nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp... từ đó có thể thấy việc nâng cao hiệu suất công việc của nhân viên là một trong những yếu tố quyết định đến kết quả hoạt động của doanh nghiệp.

Theo Chiavenato (2019), hiệu suất công việc là tập hợp các đặc điểm hoặc khả năng của các hành vi hoặc hiệu suất của một người, nhóm hoặc tổ chức. Nghiên cứu của Bauer và cộng sự (2017) đã chỉ ra rằng chuyển đổi kỹ thuật số đã tạo ra thay đổi trong tất cả các khía cạnh làm việc, theo đó bốn yếu cầu cần thiết để tăng hiệu suất công việc của nhân viên gồm: thích ứng với không gian làm việc, tích hợp các quy trình làm việc, thực hiện các quy trình trong thời gian thực và gia tăng sự hỗ trợ của hệ thống kỹ thuật số.

3. Đề xuất mô hình nghiên cứu

Mô hình nghiên cứu (hình 1) được đề xuất dựa trên việc nghiên cứu lý thuyết và tổng quan các công trình nghiên cứu, cụ thể chuyển đổi số được cho là tác động đến kết quả hoạt động của doanh nghiệp theo 2 khía cạnh là tài chính (được đánh giá qua tỷ suất lợi nhuận) và khía cạnh phi tài chính (được đánh giá qua sự hài lòng của khách hàng và hiệu suất làm việc của nhân viên).

Hình 1: Mô hình nghiên cứu ảnh hưởng của chuyển đổi số đến kết quả hoạt động của doanh nghiệp



Nguồn: Tác giả đề xuất

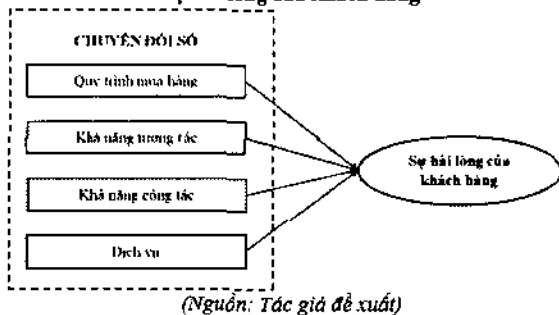
3.1. Mô hình 1: Tác động của chuyển đổi số đến kết quả tài chính

$KQ_{it} = \beta_0 + \beta_1 \times CDS_{it} + \beta_2 \times CCV_{it} + \beta_3 \times PT_{it} + \beta_4 \times TSCD_{it} + \beta_5 \times TT_{it} + \beta_5 \times DD_{it} + \mu_{it}$

Trong đó: it : doanh nghiệp thứ i trong năm t ; KQ: Kết quả kinh doanh (ROA và ROE), CDS: tỷ lệ đầu tư cho chuyển đổi số, CCV: cơ cấu vốn (nợ phải trả/tổng tài sản), PT: Quản trị nợ phải thu của khách hàng (Phải thu khách hàng bình quân $\times 365$ / doanh thu thuần bán hàng), TSCD: Đầu tư tài sản cố định (Tài sản cố định/tổng tài sản), TT: Tốc độ tăng trưởng của doanh nghiệp ((Doanh thu t - Doanh thu $t-1$)/Doanh thu $t-1$); DD: Các biến số liên quan đến đặc điểm của doanh nghiệp: quy mô, năm hoạt động, loại hình doanh nghiệp...

3.2. Mô hình 2: Tác động của chuyển đổi số đến kết quả phi tài chính (sự hài lòng của khách hàng)

Hình 2: Mô hình nghiên cứu ảnh hưởng của chuyển đổi số đến sự hài lòng của khách hàng



Trong đó các biến của mô hình bao gồm:

- Quy trình của khách hàng: là tổng thể các nhiệm vụ và hoạt động mà tổ chức sử dụng chuyển đổi số để hỗ trợ các quy trình của khách hàng trong hành trình mua sắm và trải nghiệm của khách hàng

- Khả năng tương tác: là khả năng các doanh nghiệp tiếp cận với khách hàng để thu hút được khách hàng mua sắm hàng hóa dịch vụ của mình.

- Sự phản hồi: là sự cải thiện trải nghiệm của khách hàng, tập trung vào việc quản lý nhu cầu của khách hàng và kết hợp với các đề xuất từ khách hàng về sản phẩm và dịch vụ theo hướng nâng cao giá trị sản phẩm cung cấp.

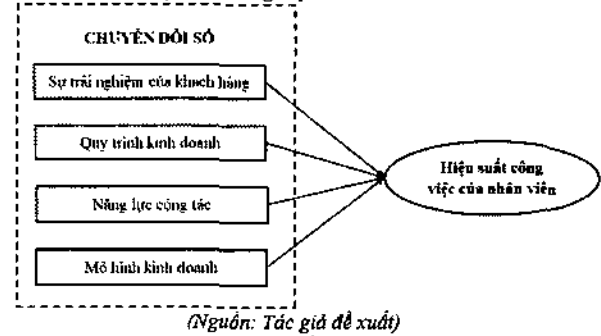
- Sản phẩm, dịch vụ: Sản phẩm, dịch vụ của doanh nghiệp cung cấp giá trị hữu hình cho khách hàng trong hành trình mua sắm và trải nghiệm của khách hàng, bao gồm việc đáp ứng các nhu cầu của khách hàng và mối quan hệ với khách hàng.

3.3. Mô hình 3: Tác động của chuyển đổi số đến kết quả phi tài chính (hiệu suất làm việc của nhân viên)

Trong đó các biến của mô hình bao gồm:

- Sự trải nghiệm của khách hàng: Trải nghiệm của khách hàng là kết quả của phản ứng của khách hàng đối với những sản phẩm, dịch vụ của doanh nghiệp

Hình 3: Mô hình nghiên cứu ảnh hưởng của chuyển đổi số đến hiệu suất công việc của nhân viên



trước, trong và sau mua sắm.

- Quy trình kinh doanh: Quy trình kinh doanh là một tập hợp các hoạt động có tổ chức, với các yếu tố đầu vào và đầu ra được xác định rõ ràng, tạo ra giá trị kinh doanh, cải thiện tốt quy trình kinh doanh là một trong những nhân tố cải thiện hiệu suất làm việc của nhân viên.

- Năng lực cộng tác: là năng lực phẩm chất của một người có khả năng phân tích một tình huống, đề xuất các giải pháp và giải quyết các vấn đề.

- Mô hình kinh doanh: Mô hình kinh doanh bao gồm 3 thành phần chính: khách hàng, sự trải nghiệm của khách hàng, và nền tảng. Những thành phần này kết hợp với nhau để tạo ra giá trị hấp dẫn cho khách hàng.

Tài liệu tham khảo

Do, Trang Doan, Ha An Thi Pham, Eleftherios I. Thalassinou, and Hoang Anh Le. 2022. "The Impact of Digital Transformation on Performance: Evidence from Vietnamese Commercial Banks" Journal of Risk and Financial Management 15, no. 1: 21. <https://doi.org/10.3390/jrfm15010021>

Guzmán-Ortiz et al. (2020) Impact of digital transformation on the individual job performance of insurance companies in Peru. International Journal of Data and Network Science.

Imran Hossain. (2016). Effects of Capital Structure and Managerial Ownership on Profitability: Experience from Bangladesh. International Journal of Business and Management; Vol. 11.

Pedro Juan Garcia, Teruel and Pedro Martinez-Solano. (2007). Effects off working capital management on SEM profitability, International Journal of Managerial Finance. International Journal of Managerial Finance, 3: 164-177.

Đại học RMIT Việt Nam (2021). Chuyển đổi số ở Việt Nam: Khảo sát các doanh nghiệp vừa và nhỏ, và doanh nghiệp nhà nước