

RÀO CẢN TRONG CHUYỂN ĐỔI SỐ ĐỐI VỚI CÁC DOANH NGHIỆP VIỆT NAM HIỆN NAY

BARRIERS IN DIGITAL TRANSFORMATION FOR VIETNAM BUSINESSES

Tăng Thị Hằng*

Ngày tòa soạn nhận được bài báo: 02/04/2021

Ngày nhận kết quả phản biện đánh giá: 05/10/2021

Ngày bài báo được duyệt đăng: 28/10/2021

Tóm tắt: Chuyển đổi số là cơ hội và cũng là thách thức của các doanh nghiệp Việt Nam trong bối cảnh hiện nay. Thực tế cho thấy có không ít các doanh nghiệp nhận thấy sự cần thiết của quá trình chuyển đổi số và đã có nhiều hoạt động triển khai để thay đổi mô hình kinh doanh, đảm sự thích ứng với môi trường doanh trong tình hình mới. Trong quá trình chuyển đổi số, dù là quy mô lớn hay nhỏ thì vẫn có nhiều doanh nghiệp phải đối mặt với những rào cản liên quan đến các vấn đề về vốn, công nghệ, văn hóa, chính sách... dẫn tới thất bại. Mặc dù chuyển đổi số trong doanh nghiệp đòi hỏi sự ứng dụng nhiều công nghệ vào mô hình hoạt động nhưng chuyển đổi số thành công hay thất bại lại không chỉ phụ thuộc vào công nghệ mà còn phụ thuộc vào nhiều yếu tố khác như quyết tâm của cả hệ thống chính trị, thể chế kinh tế quốc gia, quan điểm của doanh nghiệp. Bài viết khái quát các nội dung về chuyển đổi số, kinh tế số, mối quan hệ giữa kinh tế số, chuyển đổi số với doanh nghiệp và cộng đồng xã hội; phân tích thực trạng hoạt động chuyển đổi số hiện nay, chỉ ra các rào cản chủ yếu mà doanh nghiệp gặp phải, đồng thời đưa ra một vài giải pháp cho doanh nghiệp trong quá trình chuyển đổi mô hình hoạt động sang số hóa, hướng tới các mục tiêu phát triển sáng tạo, bền vững.

Từ khóa: Chuyển đổi số, doanh nghiệp, rào cản, môi trường số, kinh tế số.

Abstract: Digital transformation is an opportunity and also a challenge for Vietnamese businesses in the current context. In fact, many businesses realize the need for digital transformation and have implemented many activities to change their business model and adapt to the business environment in the new situation. In the process of digital transformation, whether large or small, many businesses still face barriers related to issues of capital, technology, culture, and policies, leading to failure. Although digital transformation in businesses requires the application of many technologies to the operating model, the success or failure of digital transformation depends not only on technology but also on many other factors such as determination. of the whole political system, national economic institutions,

* Khoa Kinh tế - Trường Đại học Mở Hà Nội

and business viewpoints. The article outlines the contents of digital transformation, digital economy, the relationship between digital economy, digital transformation with businesses and social community; analyzing the current situation of digital transformation activities, pointing out the main barriers that businesses face, and at the same time offering some solutions for businesses in the process of transforming their operating model to digitization. towards creative and sustainable development goals.

Keywords: Digital transformation, enterprises, barriers, digital environment, Digital Economy

I. Đặt vấn đề

Theo GS.TS Hồ Tú Bảo, Viện nghiên cứu cao cấp về Toán thì “Chuyển đổi số thực chất là làm kinh tế trên nền tảng số”. Theo đó, chuyển đổi số là sử dụng dữ liệu và công nghệ số để thay đổi phương thức phát triển, thay đổi cách làm việc và quản lý, lấy con người làm trung tâm nhằm đảm bảo sự phát triển bền vững cho tổ chức.

Kinh tế số, là một nền kinh tế vận hành chủ yếu dựa trên công nghệ số, đặc biệt là các giao dịch điện tử tiến hành thông qua Internet. Kinh tế số bao gồm tất cả các lĩnh vực và nền kinh tế (công nghiệp, nông nghiệp, dịch vụ, sản xuất, phân phối, lưu thông hàng hóa, giao thông vận tải, logistic, tài chính ngân hàng...) mà công nghệ số được áp dụng. Về bản chất, kinh tế số là các mô hình tổ chức và phương thức hoạt động của nền kinh tế dựa trên ứng dụng công nghệ số như các trang thương mại điện tử, quảng cáo trực tuyến hay các ứng dụng về ăn uống, vận chuyển, giao nhận... đã tích hợp công nghệ số để đáp ứng nhu cầu thuận tiện cho khách hàng. Kinh tế số phản ánh quá trình tất yếu của xã hội, có tính cách mạng, được dẫn dắt bởi thị trường. Điều này tất yếu cũng sẽ dẫn đến sự cạnh tranh, đánh cắp thông tin, mất quyền sở hữu nên áp lực về cạnh tranh đối với các doanh nghiệp trong nền kinh tế số sẽ ngày càng gia tăng.

Với dân số hiện tại là 96 triệu dân, và nền kinh tế có tốc độ tăng trưởng nhanh, mạnh mẽ nhất nhì tại khu vực, Việt Nam có dân số trẻ, năng động và có khả năng tiếp cận công nghệ cao, nhanh chóng. Đây là những cơ hội mạnh mẽ để các doanh nghiệp Việt Nam tạo sự đột phá trên thị trường “chuyển đổi số”. Hiện nay, mô hình chuyển đổi số ở Việt Nam đã và đang được triển khai ở nhiều loại hình kinh doanh, tạo ra nhiều dịch vụ có ích cho người dân và tận dụng hiệu quả nguồn lực nhân rồi của xã hội.

Tuy nhiên, quá trình chuyển đổi số cũng cho thấy nhiều doanh nghiệp đang gặp trở ngại vì không biết phải làm gì và bắt đầu từ đâu. Vì vậy, muốn chuyển đổi số thành công doanh nghiệp phải thấy được mối quan hệ giữa kinh tế số, chuyển đổi số, doanh nghiệp, chính phủ và cộng đồng; hiểu về công nghệ số; nhận dạng được các rào cản để chuẩn bị đủ năng lực đảm bảo cho quá trình chuyển đổi số thành công.

II. Cơ sở lý thuyết về chuyển đổi số và những rào cản trong chuyển đổi số đối với doanh nghiệp

2.1. Chuyển đổi số và mối quan hệ giữa chuyển đổi số với kinh tế số, Chính phủ, doanh nghiệp và cộng đồng

Doanh nghiệp cùng với cộng đồng là một trong các chủ thể quan trọng trong nền kinh tế số. Để các chủ thể có môi trường

hoạt động tốt trong nền kinh tế số đòi hỏi dữ liệu, tri thức, hạ tầng số, hạ tầng truyền thông, hạ tầng thông minh, năng lượng cũng như sự can thiệp của Nhà nước được tích hợp. Tính kết nối giữa các chủ thể và chu trình kinh tế nhờ vào các thành tựu của công nghệ thông tin và Internet giúp kết nối hóa các nguồn lực, lược bỏ nhiều khâu trung gian và tăng cơ hội tiếp cận chuỗi giá trị toàn cầu.

Ở tầm vĩ mô, kinh tế số đã có những đóng góp không nhỏ cho sự hội nhập của các doanh nghiệp Việt Nam vào chuỗi công nghệ toàn cầu. Nền kinh tế số sẽ phát triển hơn nữa nếu có sự kết hợp hiệu quả giữa Chính phủ, cộng đồng và doanh nghiệp.

Sự tiến bộ của khoa học kỹ thuật sẽ buộc con người phải thích nghi và vì vậy chuyển đổi số là sự thay đổi tất yếu của toàn xã hội, liên quan đến mọi người và mọi tổ chức. Đây là một cuộc thay đổi tổng thể và toàn diện trên mọi khía cạnh của nền kinh tế và của toàn xã hội.

2.2. Điều kiện để doanh nghiệp chuyển đổi thành công mô hình hoạt động sang số hóa

Chuyển đổi số là quá trình phức tạp đòi hỏi sự chuẩn bị đầy đủ của doanh nghiệp từ nhận thức đến tư duy, hành động. Do đó để chuyển đổi số thành công, doanh nghiệp cần:

Hiểu về môi trường số

Để có thể chuyển mô hình hoạt động sang số hóa trước hết doanh nghiệp phải hiểu về môi trường số. Trên môi trường số, rất nhiều dữ liệu gắn hoạt động của con người với cộng đồng ở mọi lĩnh vực. Điều này tạo điều kiện cho các hoạt động thực tế có tính truyền thống được tính toán và điều khiển trên không gian mạng. Doanh nghiệp sẽ có nhiều cơ hội nếu biết vận dụng một cách sáng tạo, nhưng cũng sẽ phải nhìn thấy những thách thức như: năng lực số của con người hạn chế, hành lang pháp lý chưa chặt chẽ, công nghệ số chưa đáp ứng, thiếu sự đổi mới, sáng tạo.

Hình 2.1: Ba cấp độ của chuyển đổi số



Nhận thức rõ chuyển đổi số là bản chất của cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư

Nếu phương thức sản xuất của các cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ nhất, thứ hai, thứ ba được đặc trưng bởi sản xuất

Nguồn: Tổng hợp nghiên cứu của tác giả với máy hơi nước, với điện lực, với máy tính và Internet, thì phương thức sản xuất với chuyển đổi số trong cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư chính là sản xuất thông minh. Việc sản xuất thông minh được thực hiện bởi tính toán trên dữ liệu

có từ kết nối thực thể-số, tiêu biểu bởi các phương pháp của Trí tuệ Nhân tạo. Doanh nghiệp cần nhận thức rõ được rằng để thực hiện chuyển đổi số thì AI chính là công nghệ số cốt lõi.

Thực hiện chuyển đổi theo 3 cấp độ

Để có thể thành công trong chuyển đổi số, doanh nghiệp cần chuẩn bị lộ trình theo ba cấp độ. *Cấp độ thứ nhất* là việc biến đổi các thực thể từ dạng vật lý sang dạng số. *Cấp độ thứ hai* sẽ phải khai thác các tiềm năng của doanh nghiệp để thay đổi mô hình kinh doanh. Doanh nghiệp sẽ phải tính toán xem khi chuyển sang mô hình hoạt động mới cách làm việc sẽ thay đổi như thế nào với các công nghệ số và dữ liệu được số hoá. Bản chất của cấp độ này là việc doanh nghiệp phải sáng tạo ra cách làm mới để thích nghi với sự thay đổi của môi trường. *Cấp độ thứ ba* chính là cấp độ để các cá nhân, các tổ chức thực hiện thay đổi theo mô hình đã xác định. Đây là một quá trình thay đổi tổng thể và toàn diện, từ lãnh đạo cao nhất đến mọi thành viên của tổ chức, từ xây dựng năng lực số đến văn hoá số, từ xây dựng lộ trình đến kế hoạch cụ thể.

III. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Phương pháp thu thập dữ liệu: Các số liệu và dữ liệu sử dụng cho bài viết liên là những số liệu thứ cấp được thu thập chủ yếu từ các báo cáo của Cisco, Microsoft và VCCI. Ngoài ra, nghiên cứu còn sử dụng nguồn dữ liệu thu thập trên các bài báo, tạp chí, trên các trang website và một số thông tin khác từ các tài liệu liên quan.

3.2. Phương pháp phân tích: Bài viết tổng hợp các tài liệu về chuyển đổi số, phân tích thành các bộ phận để hình

thành cơ sở lý luận, phân tích thực trạng và chỉ ra những rào cản mà doanh nghiệp Việt Nam phải đối mặt trong quá trình chuyển đổi số. Đây cũng chính là cơ sở để bài viết đưa ra những vấn đề cần trao đổi, thảo luận cho các doanh nghiệp Việt Nam trong thời gian tới.

IV. Kết quả nghiên cứu

4.1. Thực trạng quá trình chuyển đổi số của các doanh nghiệp Việt Nam

Thực tế cho thấy chuyển đổi số hiện nay không còn là tầm nhìn, mục tiêu dài hạn, mà đã trở thành một xu thế bắt buộc các doanh nghiệp phải tham gia để có thể phát triển và tránh tụt hậu.

Tại Việt Nam, “*Chương trình chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030*” mà Chính phủ xây dựng, xác định mục tiêu về phát triển kinh tế số, nâng cao năng lực cạnh tranh của nền kinh tế, đặt ra kế hoạch đến năm 2025 Việt Nam là kinh tế số chiếm 20% GDP; tỷ trọng kinh tế số trong từng ngành, lĩnh vực đạt tối thiểu 10%; năng suất lao động hàng năm tăng tối thiểu 7%; Việt Nam thuộc nhóm 50 nước dẫn đầu về công nghệ thông tin [8]. Trong nghiên cứu của Cisco [9] cho thấy các chương trình của Chính phủ có tác động rõ rệt đến quá trình số hóa của các doanh nghiệp tại Việt Nam, phần lớn các doanh nghiệp (64%) nhận biết được các sáng kiến hỗ trợ DNVVN của Chính phủ và được hưởng lợi từ các chính sách đó và 30% còn lại biết đến nhưng chưa tham gia vào các chương trình này. Điều này có thể thấy thông qua thực tế ngày càng có nhiều hơn các doanh nghiệp bắt tay vào thực hiện chuyển đổi số và ngày càng coi trọng giá trị của dữ liệu doanh nghiệp. Tại Châu

Á/Thái Bình Dương Microsoft [7] đã chỉ ra rằng 44% trong tổ số 615 doanh nghiệp được nghiên cứu cho biết họ đã đo lường mức độ thành công của chuyển đổi số khi coi dữ liệu được như một tài sản vốn.

Tuy nhiên, theo đánh giá của Grant Thornton thì Việt Nam hiện chỉ mới ở giai đoạn đầu của kỷ nguyên số và được kì vọng sẽ có bước nhảy vọt về chuyển đổi số trong những năm tới. Khác với các doanh nghiệp lớn với nguồn lực dồi dào, các công ty tư nhân nhỏ và vừa tại Việt Nam tỏ ra chậm nhịp trong việc nắm bắt các thay đổi về công nghệ số.

Theo kết quả của khảo sát “*Thực trạng Chuyển đổi số trong doanh nghiệp trong bối cảnh Covid-19*” [10] do VCCI thực hiện năm 2020 khảo sát trên 400 doanh nghiệp có quy mô vừa và nhỏ cũng như quy mô lớn cho thấy các doanh nghiệp Việt Nam cũng đã bắt đầu nhận thức và ứng dụng các công nghệ số vào các khâu như quản trị nội bộ, mua hàng, logistics, sản xuất, marketing, bán hàng và thanh toán. Khi dịch Covid-19 lan rộng, các doanh nghiệp phải ứng dụng nhiều hơn các công nghệ số trong hoạt động của mình, nhất là trong quản trị nội bộ, thanh toán điện tử, marketing trực tuyến. Do đó, tỷ lệ các doanh nghiệp ứng dụng công nghệ số cao gần bằng tỷ lệ doanh nghiệp đã ứng dụng trong thời gian dài trước đây, đặc biệt ứng dụng được sử dụng nhiều trong quản lý nhân sự từ xa, hội nghị trực tuyến, học trực tuyến, phê duyệt nội bộ. Theo tổng hợp kết quả khảo sát thu được, trong lĩnh vực quản trị nội bộ, điện toán đám mây là công cụ kỹ thuật được nhiều doanh nghiệp Việt Nam sử dụng trước nhất với 60,6% tăng 19,5% so với thời điểm trước dịch Covid-19. Tiếp theo là hệ

thống hội nghị trực tuyến, hệ thống quản lý công việc và quy trình với xấp xỉ 30% số doanh nghiệp đã ứng dụng các công cụ này trong hoạt động của doanh nghiệp trước khi có Covid-19 và xấp xỉ 19% số doanh nghiệp đã bắt đầu sử dụng các công cụ này từ khi có dịch bệnh.

Hiện nay, ở Việt Nam ngân hàng được xem là lĩnh vực tiên phong trong việc nghiên cứu và triển khai chiến lược chuyển đổi số. Bước đầu với ứng dụng IoT cho phép khách hàng truy cập sử dụng dịch vụ ngân hàng, kết nối với các hệ sinh thái số khác trên nền tảng Internet (dịch vụ ngân hàng số Timo của VPBank, Live Bank của TPBank, E-Zone của BIDV...), hoặc cung ứng các dịch vụ ngân hàng thông qua ứng dụng được cài đặt ngay trên điện thoại di động (Mobile Bankink). Ở nhóm top 4 ngân hàng lớn nhất Việt Nam, Ngân hàng VCB năm 2020 đã ra mắt ứng dụng ngân hàng số (VCB Digitalbank), với sự đồng nhất về trải nghiệm, dễ dàng trong thao tác, tích hợp nhiều giải pháp bảo mật ưu việt. Ngân hàng Nông nghiệp và Agribank cũng tiên phong triển khai lắp đặt ATM đa chức năng (CDM) trên thị trường thẻ. Từ đó, Agribank mở rộng tới các dịch vụ ngân hàng số hiện đại như ngân hàng tự động Autobank, ứng dụng eKYC, giao dịch rút tiền không cần thẻ... dần thay thế các phòng giao dịch hoạt động không hiệu quả.

Ngoài ra, đối với các doanh nghiệp có quy mô rất lớn, sở hữu tập khách hàng đa dạng như VinGroup đã xây dựng hệ thống quản lý khách hàng thống nhất như VinID, giúp khách hàng tích hợp và quản lý thông tin khi giao dịch với VinGroup ở nhiều dịch vụ khác nhau như thanh toán các hóa đơn gia đình, tiền điện, mua sắm hay các dịch vụ nghỉ dưỡng...

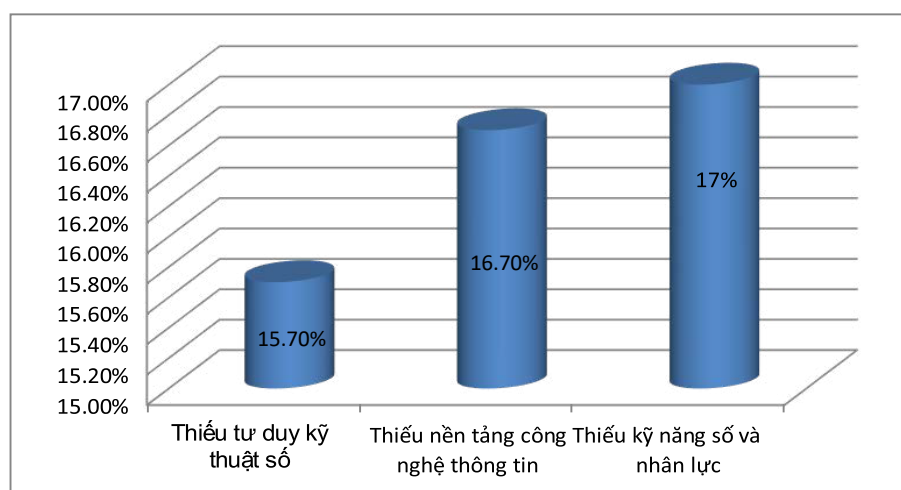
4.2. Rào cản trong quá trình chuyển đổi số của doanh nghiệp

Quá trình chuyển đổi số bên cạnh những thuận lợi thì vẫn còn có nhiều khó khăn, thách thức đặt ra đối với các doanh nghiệp. Những khó khăn đến bắt nguồn nhận thức của nhà quản lý, từ bản thân quá trình chuyển đổi cũng như mức độ hiệu quả của quá trình. Trên phạm vi toàn cầu, trong số 1,3 nghìn tỷ đô la đã được chi cho chuyển đổi số năm vào năm 2019, ước tính 900 tỷ đô la đã bị lãng phí [11]. Như vậy, hoạt động chuyển đổi số đang đứng trước nhiều thách thức đối với không chỉ các doanh nghiệp Việt.

Ở góc độ doanh nghiệp, theo khảo sát mới nhất của Bộ Công Thương về

tính sẵn sàng ứng dụng các công nghệ 4.0 trong hoạt động sản xuất kinh doanh vẫn có tới 82% doanh nghiệp đang ở vị trí mới nhập cuộc, trong đó 61% còn đứng ngoài cuộc và 21% doanh nghiệp bắt đầu có các hoạt động chuẩn bị ban đầu, 16/17 ngành khảo sát ưu tiên đều đang có mức sẵn sàng thấp. Theo báo cáo của Cisco năm 2019 [9], tại Việt Nam, các doanh nghiệp vừa và nhỏ đang phải đối mặt với những rào cản trong quá trình chuyển đổi kỹ thuật số như thiếu kỹ năng số và nhân lực (17%), thiếu nền tảng công nghệ thông tin đủ mạnh để cho phép chuyển đổi kỹ thuật số (16,7%), thiếu tư duy kỹ thuật số hoặc các thách thức về văn hóa kỹ thuật số trong doanh nghiệp (15,7%).

Hình 4.1: Rào cản mà các doanh nghiệp vừa và nhỏ đang phải đối mặt trong quá trình chuyển đổi số



Nguồn: Cisco 2019

Khảo sát của VCCI năm 2020 cũng cho thấy, trong quá trình chuyển đổi số các doanh nghiệp Việt cũng đã gặp phải không ít khó khăn. Có đến 33,9% thiếu hạ tầng công nghệ số, 32,3% thiếu nhân lực nội bộ để ứng dụng công nghệ số, 18,3% gặp khó khăn trong việc tích hợp các CNTT...

Như vậy, có thể thấy trong thời gian qua, các doanh nghiệp Việt Nam mặc dù đã rất nỗ lực trong chuyển đổi số nhưng trong quá trình thực hiện gặp không ít các rào cản như thiếu kiến thức chuyển đổi số, thiếu sự kết nối khách hàng, thiếu nhân lực, thiếu vốn, thiếu thông tin và môi trường văn hóa số chưa hoàn thiện... nên kết quả đạt được còn khá khiêm tốn.

V. Các khuyến nghị

Thứ nhất, từng bước thay đổi tư duy, nhận thức của doanh nghiệp

Chuyển đổi số phải bắt đầu từ tư duy người lãnh đạo, đến xây dựng hạ tầng, đào tạo nhân sự và cuối cùng là yếu tố công nghệ. Một khảo sát cho thấy 85% những người giữ vai trò ra quyết định quan trọng trong doanh nghiệp cho biết họ chỉ có 2 năm để nắm vững về chuyển đổi số. Chính vì vậy, thực tế buộc những nhà quản trị cần có được nhận thức kịp thời và đưa ra hành động sớm cho chuyển đổi số tại doanh nghiệp của mình. Trong bối cảnh hiện nay, chiến lược tư duy truyền thống không còn phù hợp đối với mỗi doanh nghiệp. Lãnh đạo doanh nghiệp cần thay đổi suy nghĩ của mình để có một chiến lược kinh doanh công nghệ số hiệu quả, tạo ra những trải nghiệm ban đầu và lồng ghép những trải nghiệm đó vào quy trình chiến lược phát triển doanh nghiệp.

Thứ hai, tạo dựng nền tảng văn hóa số gắn với chiến lược kinh doanh số

Văn hóa doanh nghiệp thể hiện sự kết hợp giữa cá nhân và tổ chức, là điều kiện cho sự thành công của bất kỳ tổ chức nào. Khi chuyển đổi số trong doanh nghiệp sẽ có sự tác động rất nhiều đến văn hóa doanh nghiệp, đòi hỏi doanh nghiệp phải đổi mới, chấp nhận khó khăn thậm chí thất bại trong giai đoạn thử nghiệm. Để doanh nghiệp có thể triển khai các hoạt động của mình trên nền tảng số thì trước hết doanh nghiệp phải tạo dựng được nền tảng văn hóa số gắn với chiến lược kinh doanh số. Khi đã xác định chiến lược với mục tiêu dài hạn cùng chương trình hành động để đạt mục tiêu thì yếu tố văn hoá có ảnh hưởng càng lớn vì nó ảnh hưởng tới

hành vi của các thành viên trong tổ chức, là tác nhân quan trọng đóng góp vào sự thành công cho các chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp.

Thứ ba, gắn kết khách hàng và tối ưu hóa được trải nghiệm cho khách hàng

Một trong những biểu hiện rõ nhất cho sự thành công trong chuyển đổi số của các doanh nghiệp chính là gắn kết được khách hàng và và tối ưu hóa được trải nghiệm cho khách hàng. Khởi đầu cho hoạt động này chính là việc doanh nghiệp phải số hóa các dữ liệu về khách hàng, sau đó thiết kế các chiến lược mang đến sự trải nghiệm vượt trội cho khách hàng với sự tương tác nhất quán. Cá nhân hoá hành trình trải nghiệm khách hàng bằng việc sử dụng phân tích dữ liệu có thể tăng mức độ trung thành của người tiêu dùng với nhãn hàng, cũng như tạo cảm giác nhãn hàng vượt trội so với đối thủ. Trong thời đại công nghiệp 4.0, một mô hình kinh doanh mới tiềm năng với ứng dụng công nghệ số sẽ giúp doanh nghiệp tối ưu hoá được trải nghiệm cho khách hàng. Trải nghiệm khách hàng vượt trội sẽ đem lại những giá trị lâu dài cho doanh nghiệp không chỉ về mặt doanh thu, mà còn góp phần giúp doanh nghiệp đạt được thành quả vô hình quý giá. Trải nghiệm đa kênh Omnichannel là minh chứng cho mô hình trải nghiệm khách hàng vô cùng hiệu quả khi hình thành được hệ thống kết các kênh một cách thống nhất, giúp tăng độ phủ sóng của thương hiệu, tạo ra trải nghiệm khách hàng một cách liền mạch và nhất quán nhất.

Thứ tư, đầu tư nguồn vốn hợp lý

Đầu tư cho chuyển đổi số là đầu tư để thay đổi, từ nhận thức, chiến lược,

nhân lực, cơ sở hạ tầng tới giải pháp công nghệ chính, vì vậy đây là công cuộc đòi hỏi nguồn vốn đầu tư lớn cũng như sự tham gia của toàn bộ doanh nghiệp. Mặc dù, việc sẽ phải đầu tư lớn về tài chính và nhân lực, trong khi chưa chắc chắn về hiệu quả cũng như đối mặt với nguy cơ thất bại từ đó tạo lên rào cản lớn với các doanh nghiệp Việt Nam. Nhưng chuyển sang mô hình kinh doanh mới cần sự thay đổi của toàn hệ thống, bên cạnh đó là việc sử dụng các công nghệ hiện đại nếu không đủ vốn đầu tư cho công nghệ thông tin, cho hạ tầng, cho nhân sự thì trong quá trình triển khai sẽ phải đối mặt với sự đứt gãy, làm giảm đi tính hiệu quả. Đặc biệt đối với các doanh nghiệp vừa và nhỏ hiện nay với nguồn ngân sách hạn chế, điều này làm chậm quá trình ra quyết định và buộc các nhà lãnh đạo phải lùi bước. Vì vậy, quyết định chuyển đổi số đồng nghĩa với việc doanh nghiệp chấp nhận bỏ ra nguồn vốn không nhỏ và quá trình thu hồi sẽ chậm nhưng nếu không đầu tư vốn để chuyển đổi số thì doanh nghiệp sẽ bị hất ra ngoài cuộc chơi.

Thứ năm, chủ động tiếp cận và áp dụng công nghệ số hóa thông qua đội ngũ nhân lực trình độ cao

Chuyển đổi số trong thời đại bùng nổ về công nghệ, thực hiện trên nền tảng của hệ thống internet, đòi hỏi trình độ rất cao của cả về kỹ thuật cũng như nhân lực. Hiện nay, nhiều doanh nghiệp Việt Nam vẫn còn đi sau thế giới về mặt công nghệ, chúng ta chưa làm chủ được các công nghệ lõi của chuyển đổi số, các hệ thống platform cơ bản. Chính vì vậy, chuyển đổi số tại Việt Nam hiện vẫn cơ bản sử dụng các công nghệ sẵn có trên thế giới. Để thực hiện chuyển đổi số thành công thì

các doanh nghiệp cần chủ động hơn trong việc tiếp cận sớm và chủ động áp dụng có cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin phù hợp - cả phần cứng và phần mềm. Ngoài việc chủ động tiếp cận công nghệ số hóa thì doanh nghiệp cần có nguồn nhân lực chất lượng cao để có thể làm chủ công nghệ mới trong quá trình chuyển đổi số này.

Thứ sáu, tối ưu hóa được quy trình số hóa

Một trong những lý do khiến nhiều doanh nghiệp thất bại, là do thiếu lãnh đạo, hay đội ngũ chuyên gia có hiểu biết về quy trình chuyển đổi số. Việc số hóa toàn bộ quy trình doanh nghiệp giúp nhân viên nắm rõ được mọi thông tin như: Công việc được giao, quy trình phối hợp, giai đoạn cần làm theo, người cần phối hợp... Cũng từ đây mà nhân viên có công cụ để bám sát được tiến độ của quy trình, giảm thiểu tối đa lỗi sai, giảm bớt thời gian hồi hạn tiến độ và trao đổi, thảo luận qua tin nhắn. Như vậy, việc tối ưu hóa quy trình số sẽ giúp doanh nghiệp giảm “trì trệ” trong công việc xử lý theo dõi và bám sát tiến độ mà không cần phải nhắn tin qua lại để hỏi như trước đây. Bất kỳ vấn đề gì xảy ra đều có thể ngay lập tức được can thiệp bởi cấp trên hoặc những người có chuyên môn cao hơn, giảm thiểu những chi phí hao tổn phát sinh do các rủi ro không đáng có.

VI. Kết luận

Ngày nay với sự phát triển của công nghệ 4.0 thì chuyển đổi số được xem như là sự thay đổi tất yếu của toàn xã hội, liên quan đến mọi người và mọi tổ chức. Vì vậy, dù doanh nghiệp muốn hay không chuyển đổi số cũng vẫn diễn ra. Doanh nghiệp muốn tồn tại và phát triển thì buộc phải thích nghi với tình hình mới.

Nghiên cứu đã chỉ ra mối quan hệ giữa chuyển đổi số, kinh tế số, doanh nghiệp và cộng đồng xã hội; phân tích các điều kiện để thực hiện chuyển đổi số; mô tả thực trạng hoạt động chuyển đổi số trong một số loại hình doanh nghiệp hiện nay; chỉ ra các rào cản và đề xuất một vài giải pháp để doanh nghiệp Việt có sự chuẩn bị tốt hơn ở giai đoạn tiếp theo trong quá trình chuyển đổi số.

Tài liệu tham khảo:

- [1]. Hồ Tú Bảo, Nguyễn Tuấn Hoa, “Chuyển đổi số - Từ khái niệm đến thực tiễn”, 2020.
- [2]. Hồ Tú Bảo, Hiểu và đi trong cách mạng công nghiệp lần thứ tư (Tia Sáng, 2017),
- [3]. Chuyển đổi số: Cơ hội tạo đột phá trong phát triển đất nước (Khoa học & Phát triển, 2019), Chuyển đổi số: Cơ hội vô giá của Việt Nam (Đại biểu Nhân dân, 2020).
- [4]. P.T.V.M. (2019). *Dự báo tác động của chuyển đổi số tới kết quả sản xuất - kinh doanh của 500 doanh nghiệp lớn nhất Việt Nam. Tạp chí Khoa học và Công nghệ Việt Nam*, 10, 15.
- [5]. Lê Phạm. (2019). *Chuyển đổi kỹ thuật số là một hành trình*. < <https://vnmedia.vn/cong-nghe/201904/chuyen-doi-ky-thuat-so-la-mot-hanh-trinh-630623/> >
- [6]. Microsoft (2018), *Giải mã những ảnh hưởng kinh tế của chuyển đổi số tại khu vực Châu Á Thái Bình Dương*.

[7]. Microsoft (2018). *GDP Châu Á - Thái Bình Dương sẽ tăng 387 tỷ USD vào năm 2021 nhờ vào những chuyển đổi số của ngành sản xuất*. <https://news.microsoft.com/vi-vn/2018/06/29/gdp-chau-a-thai-binh-duong-se-tang-387-ty-usd-vao-nam-2021-nho-vao-nhung-chuyen-doi-so-cua-nganh-san-xuat/>

[8]. Chính phủ (2020), *Chương trình Chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030*.

[9]. Cisco. (2019). *Cisco APAC SMB Digital Maturity Index*. USA: Cisco.

[10]. Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (2020), *Chuyển đổi số: Giải pháp giúp doanh nghiệp vượt qua đại dịch COVID-9 và phát triển*. <http://vbis.vn/chuyen-doi-so-giai-phap-giup-doanh-nghiep-vuot-quua-covid-19-va-phat-trien.html>

[11]. Những rào cản khiến các doanh nghiệp chưa thể chuyển đổi số <https://doanhnghiephoinhap.vn/nhung-rao-can-khien-cac-doanh-nghiep-chua-the-chuyen-doi-so.html>

[12]. 6 rào cản khiến 75% doanh nghiệp chưa thể chuyển đổi số, <https://dantri.com.vn/kinh-doanh/6-rao-can-khien-75-doanh-nghiep-chua-the-chuyen-doi-so->

Địa chỉ tác giả: Khoa Kinh tế - Trường Đại học Mở Hà Nội

Email: huongntt.kt@hou.edu.vn