

ẢNH HƯỞNG CỦA CHIẾN LƯỢC CHUYỂN ĐỔI SỐ TỚI HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG CỦA CÁC DOANH NGHIỆP XUẤT KHẨU Ở VIỆT NAM

Lê Quốc Hội¹, Phan Thị Thu Hiền^{2*}, Nguyễn Xuân Bắc³

¹Trường Đại học Kinh tế quốc dân

²Trường Đại học Ngoại Thương

³Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh

* Email: phanthuhien@ftu.edu.vn

Ngày nhận bài: 04/10/2022

Ngày nhận bài sửa sau phản biện: 10/11/2022

Ngày chấp nhận đăng: 15/11/2022

TÓM TẮT

Mục tiêu của nghiên cứu là đánh giá tác động của chiến lược chuyển đổi số tới hiệu quả hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp xuất khẩu ở Việt Nam. Nghiên cứu thực hiện khảo sát 774 doanh nghiệp xuất khẩu (đã được lựa chọn từ trước) và thu về được 612 phiếu khảo sát. Sau khi loại bỏ những phiếu khảo sát không hợp lệ thì nghiên cứu thu được 551 phiếu. Kết quả kiểm định giả thuyết cho thấy, chiến lược chuyển đổi số có tác động tích cực tới hiệu quả hoạt động của các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam với mức tác động 0.526 ở mức ý nghĩa 1%. Đồng thời, nghiên cứu cũng đưa ra các khuyến nghị giúp các doanh nghiệp xuất khẩu ở Việt Nam tăng hiệu quả hoạt động kinh doanh.

Từ khóa: chiến lược chuyển đổi số, doanh nghiệp xuất khẩu, hiệu quả hoạt động kinh doanh.

THE IMPACT OF DIGITAL TRANSFORMATION STRATEGY ON FIRM PERFORMANCE OF EXPORTERS IN VIETNAM

ABSTRACT

The objective of the study is to evaluate the impact of digital transformation strategies on the business performance of export enterprises in Vietnam. A survey of 774 exporting enterprises (pre-selected) was conducted, and 612 survey questionnaires were obtained. After excluding invalid surveys, the study obtained 551 observations. The results of hypothesis testing show that digital transformation strategy has a positive impact on the performance of Vietnamese exporters with an impact level of 0.526 at 1% significance level. At the same time, the study also offers recommendations to help Vietnamese export enterprises increase business performance.

Keywords: business performance, digital transformation strategy, export enterprises.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Các báo cáo từ các công ty nghiên cứu thị trường lớn như IDC và Gartner cho thấy chuyển đổi kỹ thuật số thực sự quan trọng và nhiều lợi ích của chuyển đổi kỹ thuật số ảnh hưởng đến tất cả các khía cạnh của hoạt động kinh doanh. Những lợi thế rõ ràng nhất mà chuyển đổi kỹ thuật số có thể mang lại cho

các doanh nghiệp bao gồm giảm chi phí hoạt động, khả năng tiếp cận khách hàng nhiều hơn trong dài hạn, đơn giản hóa việc báo cáo đúng hạn của lãnh đạo và cải thiện hiệu quả công việc cho khách hàng, nhân viên. Vì những yếu tố này, doanh nghiệp không chỉ trở nên cạnh tranh hơn mà hiệu quả kinh doanh cũng được cải thiện. Kết quả là doanh nghiệp được hưởng lợi.

Cuộc sống hàng ngày của những người bình thường đang bị thay đổi do kết quả của quá trình chuyển đổi kỹ thuật số. Đối với nhà nước, chuyển đổi số là việc sử dụng dữ liệu và công nghệ số nhằm mục đích làm thay đổi trải nghiệm người dùng với các dịch vụ do nhà nước cung cấp, do đó làm thay đổi nghiệp vụ, mô hình và kỹ thuật hoạt động của các cơ quan nhà nước, đặc biệt là các doanh nghiệp xuất khẩu.

Trên thế giới, nền kinh tế số được đánh giá là một tâm điểm mới trong sự cạnh tranh gay gắt giữa các quốc gia, các ngành và các doanh nghiệp. Tại Việt Nam, chuyển đổi số đã trở thành đề tài thu hút nhiều sự chú ý từ giới học thuật. Xuất phát từ bối cảnh nền kinh tế số và sự hội nhập toàn cầu, trước sự phát triển nhanh chóng của trí tuệ nhân tạo và robot tự động, nhiều lao động nước ta đứng trước nguy cơ thất nghiệp. Theo thống kê, khoảng 70% việc làm trong nước có thể bị thay thế bởi công nghệ tự động trong vòng 20 năm tới. Vì vậy, việc doanh nghiệp nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh có ý nghĩa quan trọng trong quá trình phát triển của doanh nghiệp trên thị trường trong và ngoài nước. Đã có một số nghiên cứu về tác động của chuyển đổi số tới hiệu quả hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp trên thế giới (Li và cs., 2016; H. Wang và cs., 2020; M. Wang và cs., 2009; Wu và cs., 2006; Zhao và cs., 2021). Dựa trên các kết quả đạt được, nghiên cứu đã tổng hợp và bổ sung các thang đo của chuyển đổi số và đánh giá ảnh hưởng của chuyển đổi số tới hiệu quả hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp xuất khẩu ở Việt Nam.

2. TỔNG QUAN NGHIÊN CỨU

2.1. Các nghiên cứu về chiến lược chuyển đổi số

Trong những năm gần đây, các công ty trong hầu hết các ngành công nghiệp đã thực hiện một số sáng kiến mới nhằm cải tiến kỹ thuật, áp dụng công nghệ cao để khai thác lợi ích tiềm ẩn bên trong doanh nghiệp (Matt và cs., 2015). Những cải tiến quan trọng trong hoạt động kinh doanh có ảnh hưởng đến sản phẩm, dịch vụ, quy trình cũng như cấu trúc tổ chức và các phương thức quản lý doanh

nh nghiệp. Do đó, các doanh nghiệp cần thiết lập một chiến lược chuyển đổi số chắc chắn, với vai trò tích hợp các tính năng cơ bản trong doanh nghiệp, gia tăng sự chắc chắn trong quy trình sản xuất, khai thác công nghệ kỹ thuật cao trong quá trình vận hành, kinh doanh. Việc nhà quản trị xây dựng chiến lược chuyển đổi số nhằm hướng đến mục tiêu thúc đẩy sự phát triển, hội nhập của doanh nghiệp, thay đổi quy trình kinh doanh, bổ sung các kênh bán hàng và tạo dựng một chuỗi cung ứng linh hoạt. Lợi ích đem lại từ chiến lược chuyển đổi số là thay đổi và đa dạng trong quy trình sản xuất, ra mắt các sản phẩm mới và tạo ra các giá trị hữu ích cho doanh nghiệp, gia tăng sự tương tác giữa khách hàng và nhà cung ứng (Matt và cs., 2015). Từ những thay đổi tích cực này, toàn bộ mô hình kinh doanh của doanh nghiệp có thể được định hình lại hoặc cải tiến hợp lý hơn (Dougherty & Dunne, 2012). Trước những đặc điểm hữu ích từ chiến lược chuyển đổi số mang lại cho tổ chức, nhiều nghiên cứu về chiến lược chuyển đổi số đã được xem xét trong thời gian gần đây (Bawden, 2001; Helsper & Eynon, 2010). Mặc dù vậy, các nghiên cứu về chiến lược chuyển đổi số thường tập trung vào hoạt động quản lý cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin, chức năng tổ chức và quản lý một cách hiệu quả nhằm cung cấp, thực hiện các hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp một cách hoàn chỉnh.

Trong những năm gần đây, chiến lược chuyển đổi số đã xuất hiện như một xu hướng mới trong nhiều nghiên cứu, thu hút đáng kể sự quan tâm của các chính phủ trên toàn thế giới (Schober & Gebauer, 2011). Trên thế giới, nền kinh tế số được đánh giá là một tâm điểm mới trong sự cạnh tranh giữa các quốc gia, các ngành và các doanh nghiệp. Hiện nay, một trong những vấn đề cấp bách cho doanh nghiệp chính là việc tích hợp và sử dụng công nghệ kỹ thuật số. Các chiến lược chuyển đổi số là yếu tố cần thiết đối với tất cả các ngành (Matt và cs., 2015). Đồng thời, những thay đổi trong chiến lược chuyển đổi số được coi là một phản ứng nhanh chóng và hữu ích giúp doanh nghiệp chuyển đổi linh hoạt để phù hợp với xu thế và sự thay đổi của

nền kinh tế số. Vì vậy, chiến lược chuyển đổi số là chiến lược ưu tiên trong quá trình nâng cao năng lực lãnh đạo của nhà quản trị (Matt và cs., 2015). Hơn nữa, khi sử dụng công nghệ kỹ thuật số, doanh nghiệp có thể gia tăng hiệu quả hoạt động kinh doanh thông qua các ứng dụng tự động hóa.

Ngày nay, chuyển đổi số sẽ giúp doanh nghiệp thay đổi những chiến lược thương mại còn hạn chế; PDI, dịch vụ của doanh nghiệp; thay đổi quy trình kinh doanh hợp lý. Do đó, trong thời đại kinh tế số, tự động hóa được coi là một chiến lược chuyển đổi số quan trọng và có sức ảnh hưởng đến quản lý các cấp trong doanh nghiệp (Bharadwaj và cs., 2013). Dựa trên khảo sát từ các doanh nghiệp Mỹ và Anh, khoảng 90% nhà lãnh đạo cho rằng công nghệ thông tin và công nghệ kỹ thuật thúc đẩy các hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp trong thời gian dài (Besson & Rowe, 2012). Đối với các doanh nghiệp chưa áp dụng chuyển đổi số, việc xây dựng và triển khai các chiến lược chuyển đổi số có thể là động lực giúp doanh nghiệp hội nhập nhanh chóng, sâu rộng vào thị trường, nâng cao năng lực cạnh tranh, gia tăng sự nhạy bén trước và thích ứng với những thay đổi từ thị trường (Chanias và cs., 2019). Nhiều nhà khoa học đã từng chứng minh trong nghiên cứu của mình về vai trò của công nghệ thông tin và chiến lược chuyển đổi số đối với doanh nghiệp. Cụ thể, tác giả đã khẳng định đây là một vũ khí cạnh tranh có thể tác động toàn diện đến chiến lược của doanh nghiệp, việc cạnh tranh dựa vào công nghệ sẽ giảm thiểu rủi ro khi doanh nghiệp bỏ lỡ các cơ hội đột phá trong kinh doanh (Bakos & Treacy, 1986).

Đánh giá về chiến lược chuyển đổi số, một số nghiên cứu chỉ ra rằng chiến lược chuyển đổi số của công ty tương đương với chiến lược kinh doanh (Chanias và cs., 2019; Feng và cs., 2019; Zhao và cs., 2021). Hơn nữa, Henderson & Venkatraman (1999) cho rằng mặc dù ảnh hưởng của sự phát triển công nghệ số đối với các doanh nghiệp nằm ngoài khả năng dự đoán của nhà quản trị nhưng chiến lược chuyển đổi số của doanh nghiệp cần được xây dựng phù hợp với chiến lược kinh doanh. Không chỉ vậy, các học giả

khẳng định chiến lược chuyển đổi số cần được xem xét dựa trên hoạt động tổ chức, xây dựng và sử dụng các tài nguyên kỹ thuật số để tạo ra các giá trị mới cho doanh nghiệp. Việc áp dụng các chiến lược chuyển đổi số có thể tạo ra triển vọng về một mô hình kinh doanh kỹ thuật số mới, phù hợp với đặc điểm riêng của công ty, là tiền đề cho những thay đổi nhanh chóng để doanh nghiệp hội nhập toàn diện vào thị trường trong nước và quốc tế.

Trong môi trường năng động, chiến lược chuyển đổi số đóng vai trò như một chỉ dẫn đối với doanh nghiệp (Devaraj & Kohli, 2003), là một kế hoạch chi tiết cho các hoạt động trong tương lai (Matt và cs., 2015) để doanh nghiệp hướng tới chuyển đổi toàn diện. Sự chuyển đổi kỹ thuật số sẽ giúp các nhà quản lý tích hợp, sử dụng công nghệ kỹ thuật để thực hiện hiệu quả và nhanh chóng các hoạt động của doanh nghiệp. Dựa trên quá trình chuyển đổi số và hoạt động kinh doanh, Chanias và c.s (2019) lập luận rằng chiến lược chuyển đổi số là kết quả của một quá trình năng động, thể hiện sự thành công trong kinh doanh và hiệu quả trong quá trình ra quyết định của nhà quản lý. Từ đó, tác giả nhấn mạnh tầm quan trọng của việc xây dựng chiến lược tại những thời điểm nhất định sẽ có ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.

Những nghiên cứu trước đây về chiến lược chuyển đổi số đã cung cấp cái nhìn tổng quan về lĩnh vực này. Tuy nhiên, các nghiên cứu kể trên đều không cung cấp được ý nghĩa cốt lõi của chiến lược chuyển đổi số, chưa có nghiên cứu đánh giá ảnh hưởng của chiến lược chuyển đổi số đến hiệu quả hoạt động kinh doanh của tổ chức. Để lấp đầy khoảng trống lý thuyết này, một số nghiên cứu đã đánh giá toàn diện hơn về chiến lược chuyển đổi số và những ảnh hưởng của chiến lược chuyển đổi số đến hiệu quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Cụ thể, chiến lược chuyển đổi số đã cung cấp cơ hội cho doanh nghiệp kỹ thuật số có cách tiếp cận hiệu quả trong hoạt động kinh doanh nhằm tạo ra giá trị mới. Tuy nhiên, với các doanh nghiệp mới tiếp cận chuyển đổi số, việc xây dựng chiến lược chuyển đổi số sẽ tốn thời gian hơn và

phải đối mặt với những thách thức lớn hơn dự kiến (Amin và cs., 2017; Zhao và cs., 2021). Do đó, các học giả khẳng định, chiến lược chuyển đổi số luôn được coi như một mô hình kinh tế rất phức tạp, hàm chứa nhiều thay đổi liên quan đến một loạt các chiến lược của doanh nghiệp. Đặc biệt, sự thay đổi của chiến lược chuyển đổi số cần được tính toán cẩn thận và có sự xem xét kỹ lưỡng từ phía nhà quản lý để phù hợp với đặc điểm của từng doanh nghiệp, bối cảnh của thị trường khi áp dụng chiến lược chuyển đổi số.

Có thể thấy, hiện nay đã có nhiều nghiên cứu về chiến lược chuyển đổi số. Đa phần các nghiên cứu về chuyển đổi số chủ yếu tập trung vào lĩnh vực công nghệ thông tin hoặc hệ thống thông tin (Ahmed và cs., 2019). Một số khác đánh giá chiến lược chuyển đổi số là một bộ phận trong chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp (Acedo và cs., 2006). Mặc dù vậy, các nghiên cứu tập trung vào cấp độ chiến lược doanh nghiệp còn hạn chế (Agarwal và cs., 2010).

2.2. Các nghiên cứu về tác động của chiến lược chuyển đổi số tới hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp

Nhiều nghiên cứu trên thế giới về tác động của chiến lược chuyển đổi số đến hiệu quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp (Acedo và cs., 2006). Có thể thấy, các chiến lược chuyển đổi số cần thiết với tất cả các ngành, các lĩnh vực khác nhau (Ahmed và cs., 2019). Những thay đổi trong chuyển đổi số được coi là một phản ứng chiến lược với xu thế vận động của nền kinh tế số, đồng thời chiến lược chuyển đổi số được coi là chiến lược ưu tiên trong quá trình nâng cao năng lực lãnh đạo của nhà quản trị (Chanias và cs., 2019). Hơn nữa, năng lực công nghệ thông tin là yếu tố cần thiết để quản lý doanh nghiệp hiệu quả và giúp gia tăng sự nhạy bén của doanh nghiệp trước những thay đổi trong chuỗi cung ứng toàn cầu (Chanias và cs., 2019).

Trong những năm gần đây, nghiên cứu về nền kinh tế số thu hút nhiều sự quan tâm từ các chính phủ trên toàn thế giới. Bởi lẽ, nền kinh tế số được coi là tâm điểm của sự cạnh tranh giữa các quốc gia, các ngành và các

doanh nghiệp (Li và cs., 2016). Hiện nay, một trong những vấn đề cấp bách cho doanh nghiệp chính là việc tích hợp và sử dụng công nghệ kỹ thuật số. Có thể thấy, các chiến lược chuyển đổi số cần thiết với tất cả các ngành, các lĩnh vực khác nhau. Những thay đổi trong chuyển đổi số được coi là một phản ứng chiến lược với xu thế vận động của nền kinh tế số, đồng thời là chiến lược ưu tiên trong quá trình nâng cao năng lực lãnh đạo của nhà quản trị (Wu và cs., 2006). Cùng với đó, việc doanh nghiệp cạnh tranh dựa vào công nghệ sẽ giảm thiểu rủi ro khi doanh nghiệp bỏ lỡ các cơ hội kinh doanh hay xử lý các đơn hàng với số lượng lớn, cần được giải quyết trong thời gian ngắn.

Mặc dù các chiến lược chuyển đổi số có thể đưa ra một mô hình kinh doanh kỹ thuật số cho doanh nghiệp nhưng nó không cung cấp hướng dẫn thực tế cho doanh nghiệp để chuyển đổi số hiệu quả (Li và cs., 2016). Đặc biệt, hiện nay, sự khác biệt giữa nghiên cứu lý thuyết và ứng dụng thực tế của doanh nghiệp đang là một bài toán khó, cần có nhiều hơn các nghiên cứu thực nghiệm trên nhiều lĩnh vực (Hess và cs., 2020).

Có thể thấy, hiện nay, đã có nhiều nghiên cứu về chiến lược chuyển đổi số (Feng và cs., 2019; Helsper & Eynon, 2010). Đa phần các nghiên cứu về chuyển đổi số chủ yếu tập trung vào lĩnh vực công nghệ thông tin hoặc hệ thống thông tin. Một số nghiên cứu đã đánh giá chiến lược chuyển đổi số là một bộ phận trong chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp. Mặc dù vậy, các nghiên cứu tập trung vào cấp độ chiến lược doanh nghiệp còn hạn chế, cần được khai thác nhiều hơn trong tương lai (Hess và cs., 2020).

3. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Nghiên cứu xây dựng bảng hỏi để thực hiện điều tra và sử dụng các kỹ thuật thống kê để phân tích dưới sự trợ giúp của phần mềm SPSS.23 và Smart PLS. Trước hết, nghiên cứu phân tích CA nhằm đánh giá độ tin cậy của thang đo. Hệ số CA tối thiểu lớn hơn 0.6 đối với các nhân tố (Hair và cs., 2016) thì được chấp nhận. Tiếp đó, nghiên cứu tiến hành phân tích nhân tố khám phá (EFA) nhằm đánh giá giá trị (sự phù hợp) của thang đo. Các thang đo

sẽ được đánh giá qua phân tích nhân tố khẳng định (CFA). Để kiểm định mô hình và giả thuyết nghiên cứu, nghiên cứu sử dụng phương pháp phân tích cấu trúc tuyến tính (SEM). Cuối cùng, phân tích đa nhóm được sử dụng để so sánh trong mô hình nghiên cứu.

Nghiên cứu thực hiện khảo sát 774 doanh nghiệp xuất khẩu (đã được lựa chọn từ trước), thu về được 612 phiếu khảo sát. Sau khi loại bỏ những khảo sát không hợp lệ thì nghiên cứu thu được 551 kết quả khảo sát.

Các bước để phân tích dữ liệu định lượng được trình bày như sau:

(1) Thống kê mô tả

(2) Kiểm tra độ tin cậy thang đo

Độ tin cậy của thang đo được kiểm định thông qua phần mềm SPSS 23 với tiêu chuẩn kiểm định là hệ số CA và hệ số tương quan biến tổng. Hệ số CA lớn hơn 0.6 sẽ được chấp nhận, tuy nhiên để tốt hơn thì sẽ là trên 0.7 và tốt nhất sẽ là 0.8 (Hair và cs., 2016). Thang đo có hệ số tương quan biến tổng nhỏ hơn 0.3 sẽ bị loại vì không đảm bảo cho việc cấu thành nên thang đo đáng tin cậy (Hair và cs., 2016).

(3) Đánh giá mô hình đo lường

+ Đánh giá độ tin cậy tổng hợp: Độ tin cậy tổng hợp (composite reliability) lớn hơn 0.7, hệ số CA lớn hơn 0.7 và phương sai trích lớn hơn 0.5 sẽ đảm bảo độ tin cậy tổng hợp cho các biến (Hair và cs., 2016).

+ Đánh giá giá trị hội tụ của thang đo: Khi Outer loading lớn hơn 0.5 và hội tụ về biến được giải thích thì thang đo đảm bảo độ giá trị hội tụ (Henseler và cs., 2009).

+ Đánh giá giá trị phân biệt: Hệ số Heterotrait-monotrait Ratio of Correlations (HTMT) nhỏ hơn 0.85 thì các biến phân biệt với nhau (Henseler và cs., 2015).

+ Dò tìm đa cộng tuyến: Hệ số VIF nên nhỏ hơn 5 để tránh hiện tượng đa cộng tuyến (Hair và cs., 2019). Tuy nhiên, khi hệ số VIF nhỏ hơn 10 thì vẫn có thể chấp nhận được (Mason & Perreault, 1991).

(4) Đánh giá mô hình cấu trúc

Đánh giá mô hình cấu trúc dựa trên sự phù hợp của mô hình (model fit), hệ số xác định R-square, f-square, P-value và hệ số đường dẫn:

+ Sự phù hợp của mô hình: Hệ số SRMR của mô hình nhỏ hơn 0.08 thì mô hình được coi là phù hợp (Hair và cs., 2016). Tuy nhiên, nếu hệ số SRMR nhỏ hơn 0.1 thì mô hình vẫn có thể được chấp nhận (Hair và cs., 2016).

+ Hệ số xác định R-square cho biết một biến được giải thích bao nhiêu phần trăm bởi mô hình, các giá trị 0.67, 0.33 và 0.19 sẽ tương ứng với mức độ giải thích là mạnh, trung bình và yếu (Hair và cs., 2016).

+ Hệ số f-square cho thấy độ tương quan giữa hai nhân tố có chặt chẽ hay không, nếu hệ số f-square lớn hơn 0.15 sẽ cho thấy hai biến có quan hệ chặt chẽ với nhau và hệ số f-square nhỏ hơn 0.02 sẽ cho thấy hai biến không có quan hệ với nhau (Hair và cs., 2016).

(5) Kiểm định Bootstrapping và đánh giá tác động

Hệ số P-value chỉ ra rằng tác động nghiên cứu có được ủng hộ hay không. Hệ số P-value nhỏ hơn 0.05 thì tác động sẽ có ý nghĩa thống kê và được ủng hộ. Tuy nhiên, để xem xét chiều tác động thì cần phải sử dụng hệ số tương quan biến tổng. Mức độ tác động tương ứng 0.02, 0.15 và 0.35 sẽ ứng với tác động yếu, trung bình và mạnh (Hair và cs., 2016).

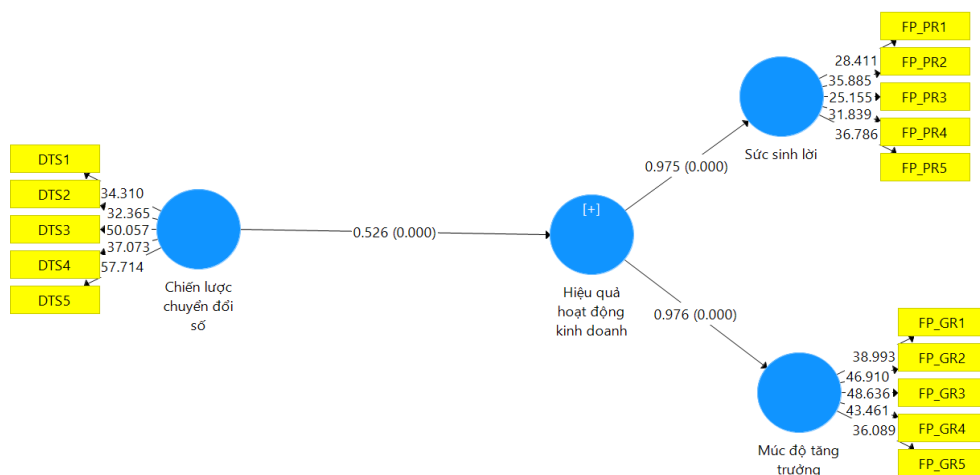
4. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

Kết quả cho thấy tất cả các thang đo đều thỏa mãn điều kiện độ tin cậy tổng hợp như sau:

Bảng 1. Độ tin cậy tổng hợp

	Cronbach's Alpha	Hệ số rho_A	Độ tin cậy tổng hợp	Phương sai trích (AVE)
Chiến lược chuyển đổi số	0.885	0.886	0.883	0.603
Hiệu quả hoạt động kinh doanh	0.933	0.935	0.934	0.586

(Nguồn: Tác giả tổng hợp)



(Nguồn: Tác giả tổng hợp)

Hình 1. Kết quả kiểm định giả thuyết

Kết quả kiểm định độ giá trị phân biệt cho kết quả tất cả các biến tiềm ẩn đều thỏa mãn để thực hiện các kiểm định tiếp theo.

Để kiểm định các giả thuyết nghiên cứu, chúng tôi đã thực hiện kỹ thuật bootstrap cho kết quả như Hình 1.

Nghiên cứu đã cho thấy chiến lược chuyển đổi số của doanh nghiệp có tác động tích cực tới hiệu quả hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp xuất khẩu ở Việt Nam. Kết quả kiểm định giả thuyết cho thấy chiến lược chuyển đổi số có tác động tới hiệu quả hoạt động kinh doanh ở mức tác động là 0.526 với mức ý nghĩa 1% (P value = 0.000). Điều này có nghĩa là các doanh nghiệp Việt Nam nói chung và các doanh nghiệp xuất khẩu nói riêng nên chú trọng đầu tư vào các chiến lược chuyển đổi số cho doanh nghiệp, bởi lẽ sự đầu tư này sẽ mang lại kết quả tích cực cho doanh nghiệp. Chiến lược chuyển đổi số giúp doanh nghiệp theo kịp với thị trường, tạo ra các sản phẩm mới, nâng cao sự hài lòng của khách hàng và từng bước cải thiện hiệu quả hoạt động kinh doanh.

Đồng thời, kết quả nghiên cứu cũng cho thấy hiệu quả hoạt động kinh doanh được phản ánh qua hai khía cạnh là mức sinh lời và tốc độ tăng trưởng là có ý nghĩa thống kê. Hiệu quả hoạt động kinh doanh được thể hiện thông qua mức sinh lời với mức ý nghĩa 1% và mức độ tăng trưởng cũng với mức ý nghĩa 1%.

5. KẾT LUẬN

Việc chuyển đổi kỹ thuật số mở đường cho những triển vọng mới trong kinh doanh. Mọi công dân đều có tiềm năng thành lập công ty của riêng mình, tham gia bán hàng hóa và dịch vụ thông qua các thị trường trực tuyến và nền tảng kỹ thuật số khác nhau của đất nước. Tương tự, doanh nghiệp nhỏ và vừa (SME) có khả năng tận dụng nền tảng số để thực hiện chuyển đổi số, từ đó chuyển đổi mô hình kinh doanh theo hướng hiệu quả hơn.

Sự thay đổi suy nghĩ và quan điểm nằm ở trung tâm của quá trình chuyển đổi kỹ thuật số. Theo cách tương tự như mô tả ở trên, một cửa hàng gỗ có thể cân nhắc liệu họ có tiếp tục đóng và bán đồ nội thất bằng gỗ theo cách đã làm trong nhiều năm hay liệu họ sẽ bắt đầu bán đồ nội thất thiết kế dựa trên yêu cầu của khách hàng trong khi mời khách hàng tham gia. Bạn có bất kỳ suy nghĩ nào về đồ nội thất của họ và liệu việc xem phiên bản kỹ thuật số 3D của nó trước khi đưa ra quyết định có hữu ích hay không? Tất cả những gì được yêu cầu đối với các doanh nghiệp vừa và nhỏ là cập nhật kiến thức của họ và hình thành một vấn đề. Việc sử dụng công nghệ kỹ thuật số sẽ có lợi.

Cuối cùng, cả dữ liệu phân tích và thực tế đều cho thấy, chuyển đổi số có tác động tích cực tới hiệu quả hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Acedo, F. J., Barroso, C., & Galan, J. L. (2006). The resource-based theory: Dissemination and main trends. *Strategic Management Journal*, 27(7), 621–636.
- Agarwal, R., Gao, G. (Gordon), DesRoches, C., & Jha, A. K. (2010). Research Commentary—The Digital Transformation of Healthcare: Current Status and the Road Ahead. *Information Systems Research*, 21(4), 796–809. <https://doi.org/10.1287/isre.1100.0327>
- Ahmed, Z., Doodhi, H., Bhaumik, A., Mazumdar, S., & Ray, K. (2019). The structural dynamics of the kinesin-2 stalk heterodimer and its biological relevance. *Biochemical and Biophysical Research Communications*, 518(1), 171–177.
- Amin, M., Aldakhil, A. M., ChengZhong, W., Rezaei, S., & Cobanoglu, C. (2017). The structural relationship between TQM, employee satisfaction and hotel performance. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(4), 1256–1278.
- Bawden, D. (2001). Information and digital literacies: A review of concepts. *Journal of Documentation*, 57(2), 218–259.
- Besson, P., & Rowe, F. (2012). Strategizing information systems-enabled organizational transformation: A transdisciplinary review and new directions. *The Journal of Strategic Information Systems*, 21(2), 103–124.
- Bharadwaj, A., El Sawy, O. A., Pavlou, P. A., & Venkatraman, N. (2013). Digital business strategy: Toward a next generation of insights. *MIS Quarterly*, 37(2), 471–482.
- Chanias, S., Myers, M. D., & Hess, T. (2019). Digital transformation strategy making in pre-digital organizations: The case of a financial services provider. *The Journal of Strategic Information Systems*, 28(1), 17–33. <https://doi.org/10.1016/j.jsis.2018.11.003>
- Devaraj, S., & Kohli, R. (2003). Performance Impacts of Information Technology: Is Actual Usage the Missing Link? *Management Science*, 49(3), 273–289. <https://doi.org/10.1287/mnsc.49.3.273.12736>
- Dougherty, D., & Dunne, D. D. (2012). Digital Science and Knowledge Boundaries in Complex Innovation. *Organization Science*, 23(5), 1467–1484. <https://doi.org/10.1287/orsc.1110.0700>
- Feng, F., Fujita, H., Ali, M. I., Yager, R. R., & Liu, X. (2019). Another View on Generalized Intuitionistic Fuzzy Soft Sets and Related Multiattribute Decision Making Methods. *IEEE Transactions on Fuzzy Systems*, 27(3), 474–488. <https://doi.org/10.1109/TFUZZ.2018.2860967>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2016). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (Second edition). SAGE Publications, Inc.
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Helsper, E. J., & Eynon, R. (2010). Digital natives: Where is the evidence? *British Educational Research Journal*, 36(3), 503–520. <https://doi.org/10.1080/01411920902989227>
- Henderson, J. C., & Venkatraman, H. (1999). Strategic alignment: Leveraging information technology for transforming organizations. *IBM Systems Journal*, 38(2.3), 472–484. <https://doi.org/10.1147/SJ.1999.5387096>
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), 115–135. <https://doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8>

- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sinkovics, R. R. (2009). The use of partial least squares path modeling in international marketing. Trong R. R. Sinkovics & P. N. Ghauri (B.t.v), *New Challenges to International Marketing* (Vol 20, tr 277–319). Emerald Group Publishing Limited. [https://doi.org/10.1108/S1474-7979\(2009\)0000020014](https://doi.org/10.1108/S1474-7979(2009)0000020014)
- Hess, T., Matt, C., Benlian, A., & Wiesböck, F. (2020). Options for Formulating a Digital Transformation Strategy. Trong *Strategic Information Management* (5th a.b). Routledge.
- Li, F., Nucciarelli, A., Roden, S., & Graham, G. (2016). How smart cities transform operations models: A new research agenda for operations management in the digital economy. *Production Planning & Control*, 27(6), 514–528. <https://doi.org/10.1080/09537287.2016.1147096>
- Mason, C. H., & Perreault, W. D. (1991). Collinearity, Power, and Interpretation of Multiple Regression Analysis. *Journal of Marketing Research*, 28(3), 268–280. <https://doi.org/10.2307/3172863>
- Matt, C., Hess, T., & Benlian, A. (2015). Digital Transformation Strategies. *Business & Information Systems Engineering*, 57(5), 339–343. <https://doi.org/10.1007/s12599-015-0401-5>
- Schober, F., & Gebauer, J. (2011). How much to spend on flexibility? Determining the value of information system flexibility. *Decision Support Systems*, 51(3), 638–647. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2011.03.004>
- Wang, H., Feng, J., Zhang, H., & Li, X. (2020). The effect of digital transformation strategy on performance: The moderating role of cognitive conflict. *International Journal of Conflict Management*, 31(3), 441–462. <https://doi.org/10.1108/IJCMA-09-2019-0166>
- Wang, M., Shen, R., Novak, D., & Pan, X. (2009). The impact of mobile learning on students' learning behaviours and performance: Report from a large blended classroom. *British Journal of Educational Technology*, 40(4), 673–695. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8535.2008.00846.x>
- Wu, F., Yenyurt, S., Kim, D., & Cavusgil, S. T. (2006). The impact of information technology on supply chain capabilities and firm performance: A resource-based view. *Industrial Marketing Management*, 35(4), 493–504. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2005.05.003>
- Zhao, X., Liu, Y., Xie, Y., & Fan, J. (2021). Firm-level digital transformation affects individual-level innovative behavior: Evidence from manufacturing firms in China. *Social Behavior and Personality: an international journal*, 49(11), 1–12. <https://doi.org/10.2224/sbp.10840>