

Chuyển đổi số của các doanh nghiệp kinh doanh du lịch, dịch vụ tại Đà Nẵng hiện nay

Digital transformation of the tourism business and service business in Da Nang city today

Võ Hữu Hòa^{a,b*}
Vo Huu Hoa^{a,b*}

^aKhoa Lữ Hành Quốc tế, Trường Đại học Duy Tân, Đà Nẵng, Việt Nam

^aFaculty of International Tourism Management, Danang, 550000, Vietnam

^bViện Đào tạo và Nghiên cứu Du lịch, Trường Đại học Duy Tân, Đà Nẵng, Việt Nam

^bHospitality and Tourism Institute, Duy Tan University, Danang, 550000, Vietnam

(Ngày nhận bài: 30/4/2021, ngày phản biện xong: 5/5/2021, ngày chấp nhận đăng: 10/5/2021)

Tóm tắt

Cách mạng công nghiệp 4.0 và những thành tựu của công nghệ thông tin đã được ứng dụng làm thay đổi nhanh chóng các hoạt động quản trị, kinh doanh của Doanh nghiệp DN. Những kết quả cụ thể của chuyển đổi số là gia tăng hiệu quả vận hành, nâng cao trải nghiệm và làm hài lòng khách hàng, hơn nữa là tạo được lợi thế cạnh tranh trên thị trường. Nghiên cứu này được triển khai tại Đà Nẵng đối với các (DN) hoạt động trên lĩnh vực dịch vụ du lịch nhằm đánh giá thực trạng nhận thức, vận dụng quá trình chuyển đổi số trong hoạt động kinh doanh của DN. Các kết quả khảo sát ở mức độ thăm dò cho thấy thực trạng của quá trình chuyển đổi số ở các DN du lịch dịch vụ tại Đà Nẵng còn khá thấp. Một số nguyên nhân cũng được tổng hợp và đánh giá, trong đó đặc thù của ngành nghề kinh doanh và sản phẩm dịch vụ cũng như đối tượng khách hàng chính là những rào cản lớn đối với công cuộc chuyển đổi số của các DN du lịch dịch vụ... Đây cũng là những nền tảng ban đầu góp phần cho việc định hướng và thay đổi trong vấn đề đào tạo nhân sự trong kỉ nguyên số ở hiện nay.

Từ khóa: Chuyển đổi số; doanh nghiệp du lịch; Đà Nẵng.

Abstract

The Industrial Revolution 4.0 and the achievements of information technology have been applied to rapidly change the management and business activities of enterprises. The specific results of digital transformation are increasing operational efficiency, improving customer experience and satisfaction, and creating a competitive advantage in the market. This study was conducted in Da Nang for businesses operating in the field of tourism services to assess the current state of awareness and application of the digital transformation process in their business activities. The survey results at the exploratory level show that the reality of the digital transformation process in tourism service enterprises in Da Nang is still quite low. Some causes are also summarized and evaluated, in which the characteristics of business lines and products and services as well as customers are major barriers to the digital transformation of tourism enterprises. These are also the initial platforms that contribute to the orientation and change in personnel training in the current digital era.

Keywords: Digital conversion; tourism business; Danang.

*Corresponding Author: Vo Huu Hoa; Faculty of International Tourism Management, Danang, 550000, Vietnam; Hospitality and Tourism Institute, Duy Tan University, Danang, 550000, Vietnam.

Email: vohuuhoa@dtu-hti.edu.vn

1. Giới thiệu

Cách mạng công nghiệp lần thứ 4 đã và đang tác động mạnh mẽ đến toàn cầu, đặt ra cho chính phủ, DN các nước trên thế giới phải đối mặt với những thách thức lớn, đòi hỏi những sự thay đổi để phù hợp trước sự tiến bộ của công nghệ, khoa học kỹ thuật. Chuyển đổi số cũng đang làm thay đổi cuộc sống hàng ngày của người dân, nhất là trong tình hình dịch COVID-19 bùng nổ. Cán bộ làm việc tại nhà, sinh viên, học sinh học online, các tổ chức hội họp đều trực tuyến... nhằm tránh tiếp xúc, đảm bảo giãn cách cộng đồng, song vẫn phải đảm bảo được hiệu quả công việc, học tập.

Chuyển đổi số là tất yếu và vô cùng quan trọng đối với sự tồn tại và phát triển của DN, đóng vai trò vô cùng quan trọng trong các lĩnh vực khác của xã hội như truyền thông đại chúng, y học, khoa học,... Cùng với quá trình chuyển đổi của chính phủ, DN là những nghiên cứu ứng dụng, đánh giá tổng kết và đề xuất các kinh nghiệm, phương pháp nhằm định hướng, đẩy nhanh quá trình này trên hầu hết các lĩnh vực.

Ở góc độ nghiên cứu, những đánh giá về bối cảnh và yêu cầu đặt ra cho công cuộc chuyển đổi số được tác giả Chu Văn Vệ (2019) trình bày khá chi tiết trong nghiên cứu “Chuyển đổi Số: Bối cảnh và thách thức” [5]. Trong đó, tác giả đã nhấn mạnh tính tất yếu không thể đảo ngược của quá trình chuyển đổi số trong các DN, trong đó đi đầu là lĩnh vực ngân hàng. Những cơ hội đến từ cách mạng công nghiệp 4.0 với sự bứt phá mạnh mẽ của các nhà khởi nghiệp từ nhóm mới nổi đã tạo ra cảm hứng thành công cho nhiều DN trong quá trình chuyển đổi số. Một nghiên cứu khá tổng quan về các khuôn khổ, hình mẫu cho quá trình chuyển đổi số và đánh giá hiệu quả quá trình chuyển đổi số tại các DN đã được trình bày tại hội nghị lần thứ 9 về Hệ thống Thông tin quản lý khu vực Địa Trung Hải [6]. Tác giả Hồ Tú Bảo (2020), *Chuyển đổi số thời Covid-19*, đã

trình bày những sự thay đổi của các DN dưới tác động của Covid-19 bằng cách chuyển đổi số để tái cấu trúc và phát triển trong khó khăn [7]. Ngoài ra, những bài viết liên quan trong và ngoài nước về công cuộc chuyển đổi số được tập hợp trong hai công trình khá quy mô gồm: Việt Nam thời chuyển đổi số [1], Cải tổ DN trong thời đại số [2].

Khá nhiều mô hình được đánh giá, nhiều kinh nghiệm được đúc rút và những khuôn khổ, quy trình, định hướng cho vấn đề chuyển đổi số trong DN đã được trình bày, mang lại những góc nhìn khá đa dạng cho vấn đề này trên các diễn đàn nghiên cứu nói chung. Tuy nhiên riêng cho lĩnh vực DN du lịch, dịch vụ du lịch trong quá trình chuyển đổi số chưa được các tác giả trong ngành quan tâm. Là một nhà nghiên cứu, giảng dạy du lịch ở miền Trung, chúng tôi quan tâm vấn đề này vì đứng trước bối cảnh mới của du lịch sau đại dịch, thị hiếu và hành vi tiêu dùng của khách du lịch đã thay đổi rất lớn, nên từ phía DN kinh doanh du lịch dịch vụ, chuyển đổi số như là một quá trình chuẩn bị cho công cuộc tái cấu trúc hoạt động kinh doanh. Những đánh giá ban đầu tại Đà Nẵng sẽ cho thấy bức tranh hiện trạng chuyển đổi số hiện nay trong các DN du lịch, dịch vụ tại trung tâm du lịch lớn này.

2. Khái niệm và tiêu chí khảo sát dùng trong nghiên cứu

2.1. Khái niệm về chuyển đổi số

Theo Công ty Nghiên cứu và Tư vấn công nghệ thông tin Gartner, chuyển đổi số là việc ứng dụng công nghệ trong thay đổi mô hình kinh doanh của DN, từ đó tạo thêm nhiều cơ hội và giá trị mới, giúp DN gia tăng tốc độ tăng trưởng và đạt doanh số tốt hơn.

Còn theo Microsoft, chuyển đổi số chính là tái cấu trúc tư duy trong phối hợp giữa dữ liệu, quy trình và con người nhằm tạo ra nhiều giá trị mới. Tuy nhiên, cũng có định nghĩa cho rằng, chuyển đổi số không chỉ ứng dụng công nghệ

trong thay đổi mô hình kinh doanh, mà còn tham gia vào tất cả các khía cạnh của DN. Nếu đạt hiệu quả, chuyển đổi số sẽ thay đổi toàn diện (transformation) cách thức DN hoạt động, từ đó tăng hiệu quả hợp tác, tối ưu hóa hiệu suất làm việc và mang lại giá trị cho khách hàng.

Đối với Việt Nam, chuyển đổi số là quá trình thay đổi mô hình cũ, mô hình truyền thống sang dạng DN số, dựa trên những ứng dụng công nghệ mới, như Big data, IoT, điện toán đám mây... nhằm thay đổi phương thức điều hành, hoạt động kinh doanh, quản lý chăm sóc khách hàng, quy trình làm việc và văn hóa lao động trong DN [1].

2.2. Tiêu chí đánh giá mức độ chuyển đổi số

Nhiều nghiên cứu đã đề cập vấn đề này và hiện nay cũng chưa có sự thống nhất trong xây

dựng bộ tiêu chí đánh giá mức độ chuyển đổi số của DN. Thực tế cũng cho thấy khó mà có sự thống nhất do mỗi loại hình DN, loại hình kinh doanh, quy mô DN khác nhau thì những tiêu chí cũng khó mà bao quát hết, chưa kể mức độ cập nhật liên tục của thông tin, dữ liệu trong cách mạng công nghiệp như vũ bão hiện nay. Thông qua các tài liệu đã tham khảo về các khía cạnh liên quan, nhóm nghiên cứu và tác giả đã xây dựng bộ tiêu chí tham khảo dành cho đề án khảo sát thăm dò các DN kinh doanh du lịch dịch vụ tại Đà Nẵng với 5 nhóm tiêu chí (Bảng 1). Các tiêu chí được phân chia thành cụm tiêu chí đo lường với các tiêu chí bên trong, được đo bằng thang đo Likert 5 mức độ và quy ước theo tiêu chí từ chưa thực hiện tốt đến thực hiện rất tốt. Cụ thể bảng tiêu chí như sau:

Bảng 1: Tiêu chí đánh giá mức độ chuyển đổi số của DN [1, 2, 3]

| Nhóm tiêu chí | Tiêu chí đánh giá Quy ước thang đo: 1. Chưa thực hiện; 2. Chưa tốt; 3. Bình thường; 4. Khá tốt; 5. Rất tốt | Mức đánh giá theo thang đo Likert | | | | |
|--|--|-----------------------------------|---|---|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Mức độ quan tâm của lãnh đạo DN trong quá trình chuyển đổi số | | | | | | |
| QT1 | Mức độ số hóa các sản phẩm và dịch vụ trong danh mục kinh doanh của DN | | | | | |
| QT2 | Mức độ đóng góp của các sản phẩm dịch vụ đã số hóa trong tổng doanh thu của DN | | | | | |
| QT3 | Nhận thức của đội ngũ quản lý về tầm quan trọng của chuyển đổi số | | | | | |
| QT4 | Khả năng đầu tư vốn của DN cho chuyển đổi số trong hoạt động kinh doanh | | | | | |
| Khả năng tiếp cận chăm sóc khách hàng và nhân viên đa kênh, đa chiều dựa vào dữ liệu số hóa | | | | | | |
| KNTC1 | Mức độ số hóa các kênh bán hàng/ dịch vụ DN của bạn với khách hàng | | | | | |
| KNTC2 | Mức độ tương tác với khách hàng qua các kênh số hóa cung ứng sản phẩm / dịch vụ | | | | | |
| KNTC3 | Sự ủng hộ của nhân viên trong hoạt động đổi mới sáng tạo | | | | | |
| KNTC4 | Mức độ tương tác của nhân viên với DN qua các kênh số hóa | | | | | |
| Nguồn lực của DN cho công cuộc số hóa | | | | | | |
| NL1 | Cơ sở hạ tầng về công nghệ của DN (máy tính, hệ thống mạng, phần mềm quản lý...) | | | | | |
| NL2 | Mức độ am hiểu sử dụng công nghệ của nhân viên | | | | | |
| NL3 | Mức độ đầu tư của DN cho chuyển đổi số | | | | | |

| | | | | | | |
|--|---|--|--|--|--|--|
| NL4 | Phần mềm ứng dụng quản lý, bán sản phẩm/ dịch vụ, | | | | | |
| NL5 | Phần mềm quản lý nhân viên/ chăm sóc khách hàng | | | | | |
| NL6 | Websites/ trang/ tài khoản mạng xã hội của DN | | | | | |
| Mức độ liên kết, thông suốt giữa các bộ phận, từng bộ phận với nhau trong quản lý, hoạt động và vận hành DN | | | | | | |
| LK1 | Năng lực xây dựng quy trình trong vận hành DN | | | | | |
| LK2 | Mức độ tuân thủ quy trình của nhân viên và các bộ phận | | | | | |
| LK3 | Mức độ hỗ trợ của công nghệ cho quy trình vận hành/ hoạt động kinh doanh sản phẩm/ dịch vụ của DN | | | | | |
| LK4 | Mức độ theo dõi, kiểm tra hoạt động của DN dựa vào quy trình số hóa | | | | | |
| Mức độ xâm nhập của dữ liệu tới các hoạt động trong DN | | | | | | |
| MĐXN1 | Mức độ sử dụng dữ liệu khách hàng để phát triển sản phẩm/ dịch vụ | | | | | |
| MĐXN2 | Mức độ đánh giá và định hướng phát triển cho nhân viên dựa vào dữ liệu | | | | | |
| MĐXN3 | Mức độ sử dụng dữ liệu số trong các quyết định kinh doanh của DN | | | | | |
| MĐXN4 | Đánh giá chung về khả năng tiếp cận và sử dụng dữ liệu chung của DN | | | | | |

(Nguồn: Tổng hợp và đề xuất của tác giả)

3. Kết quả khảo sát và đánh giá

3.1. Tổng quan về mẫu khảo sát

Trong tổng mẫu 396 DN được Trung tâm Xúc tiến Du lịch Đà Nẵng - Sở du lịch cung cấp

Bảng 2. Thông tin mẫu khảo sát

| Loại hình DN/ công ty du lịch/ dịch vụ du lịch | Số lượng | Cơ cấu (%) | % Có giá trị | % Cộng dồn |
|---|------------|--------------|--------------|------------|
| DN lữ hành và dịch vụ du lịch vốn trong nước | 84 | 40.2 | 40.2 | 40.2 |
| DN lữ hành và dịch vụ du lịch vốn đầu tư nước ngoài tại Đà Nẵng | 12 | 5.7 | 5.7 | 45.9 |
| DN kinh doanh khách sạn, nhà hàng vốn trong nước tại Đà Nẵng | 87 | 41.6 | 41.6 | 87.6 |
| DN kinh doanh khách sạn, nhà hàng vốn nước ngoài tại Đà Nẵng | 26 | 12.4 | 12.4 | 100.0 |
| Tổng | 209 | 100.0 | 100.0 | |
| Thời gian hoạt động của công ty tại Đà Nẵng | Số lượng | Cơ cấu (%) | % Có giá trị | % Cộng dồn |
| Từ 1 - 3 năm | 74 | 35.4 | 35.4 | 35.4 |
| Trên 3 năm đến 5 năm | 55 | 26.3 | 26.3 | 61.7 |
| Trên 5 năm đến 10 năm | 47 | 22.5 | 22.5 | 84.2 |
| Trên 10 năm | 33 | 15.8 | 15.8 | 100.0 |
| Tổng | 209 | 100.0 | 100.0 | |

thông tin, kết quả khảo sát chúng tôi đã nhận về được 209 mẫu đủ thông tin để xử lý và đánh giá. Sơ bộ về mẫu khảo sát như sau:

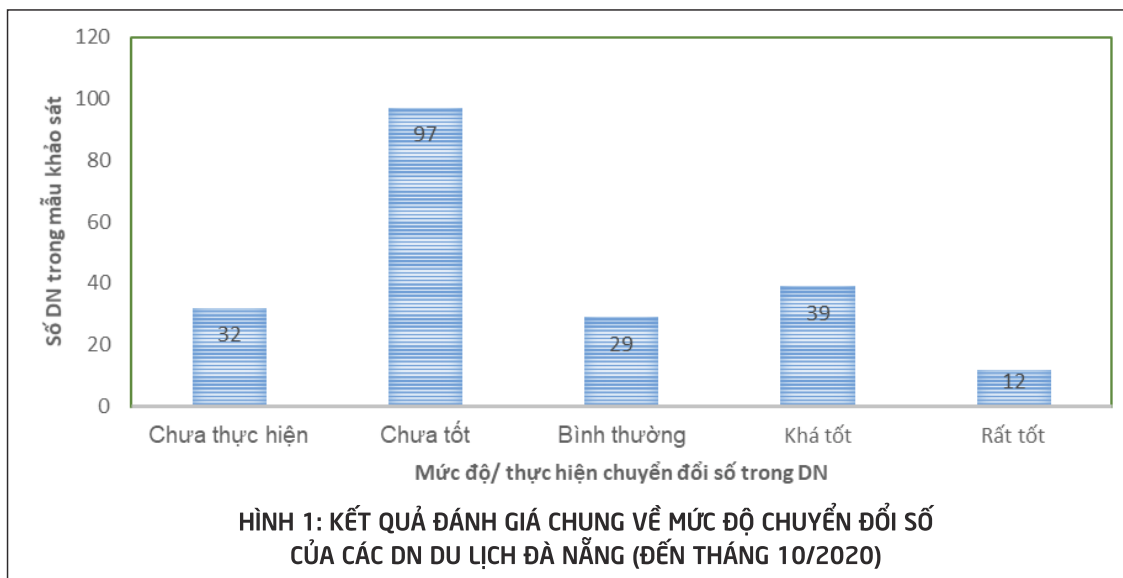
| Quy mô vốn của DN đăng kí hoạt động tại Đà Nẵng | Số lượng | Cơ cấu (%) | % Có giá trị | % Cộng dồn |
|---|----------|------------|--------------|------------|
| Dưới 10 tỉ VNĐ | 127 | 60.8 | 60.8 | 60.8 |
| Từ 10 đến dưới 50 tỉ VNĐ | 67 | 32.1 | 32.1 | 92.8 |
| Từ 50 đến 100 tỉ VNĐ | 15 | 7.2 | 7.2 | 100.0 |
| Tổng | 209 | 100.0 | 100.0 | |

(Nguồn: Kết quả khảo sát và tổng hợp của tác giả)

Đây là những khía cạnh được đưa vào kiểm định chéo để đo lường, so sánh và đánh giá mức độ chuyển đổi số nên chúng tôi đưa vào thông tin mẫu sơ bộ để nhận diện các đặc trưng liên quan tác động đến quá trình chuyển đổi số cho phân tích về sau. Xét ở góc độ nguồn vốn đăng ký, trong mẫu khảo sát thu được chúng tôi có 81.8% là DN du lịch có vốn trong nước và 18.2% còn lại là DN du lịch có vốn đầu tư nước ngoài tại Đà Nẵng. Về phân loại theo loại hình hoạt động trên mẫu khảo sát đã xử lý dữ liệu thì 45.7% là DN lữ hành và 54.3% còn lại là DN kinh doanh lĩnh vực khách sạn, nhà hàng. Như vậy, xét ở góc độ phân loại theo nguồn gốc vốn thì các mẫu DN nội địa chiếm phần lớn cơ cấu, và xét theo phân loại hình kinh doanh thì khá cân bằng giữa các nhóm loại DN. Ở khía cạnh thời gian hoạt động, có đến 61.7% DN dưới 5 năm; dưới 10 năm là 84.2%; trong đó dưới 3 năm là 35.4% và chỉ có 15.8% DN hoạt động trên 10 năm. Điều này cho thấy mức độ tăng trưởng các DN du lịch thời gian 5 năm trở lại của các DN du lịch tại Đà Nẵng là khá lớn. Về quy mô vốn, phần lớn các DN đăng kí hoạt động với tổng quy mô vốn vừa và nhỏ: Có đến 60.8% có vốn đăng kí dưới 10 tỉ VNĐ trong mẫu khảo sát; dưới 50 tỉ VNĐ, có đến 92.8%; chỉ có 7.2% (tương đương 15 DN) có vốn đăng kí trên 100 tỉ VNĐ.

3.2. Đánh giá chung về mức độ chuyển đổi số của DN du lịch Đà Nẵng

Đánh giá chung về mức độ chuyển đổi số trên mẫu khảo sát cho thấy kết quả chưa thực sự khả quan trong quá trình ứng dụng công nghệ số đối với hoạt động, kinh doanh và vận hành của các DN du lịch tại Đà Nẵng. Tính đến hết tháng 10/2020, có đến 15.3% trong mẫu, tương đương 32 DN chưa hề có ý niệm và thực hiện quá trình chuyển đổi số. Điều này có nghĩa là với các tiêu chí được đưa vào khảo sát để đánh giá tiến trình chuyển đổi số ở các DN du lịch - dịch vụ du lịch tại Đà Nẵng thì đã có đến 68% DN đã có những hành động bước đầu trong tiến trình thực hiện chuyển đổi số. Tuy nhiên kết quả trong thu được theo đánh giá từ chính các DN là chưa tốt, với tỉ lệ 46.5% (97 DN). Cũng trong mẫu được khảo sát, 18.7% DN (39 DN) đã cho biết kết quả thực hiện quá trình chuyển đổi số là khá tốt với và có 5.7% (12 DN) đã thực hiện rất tốt quá trình này. Những kết quả đạt được về quá trình chuyển đổi số trong các DN du lịch tại Đà Nẵng bằng các tỉ lệ và các con số cụ thể của các DN được khảo sát là chưa cao, tuy vậy những tín hiệu ban đầu cũng là khá tích cực khi phần lớn các DN đã bắt đầu quá trình này, trong đó một số DN đã đạt được những kết quả tốt, hi vọng sẽ mở ra những lối đi tiên phong và bài học kinh nghiệm quan trọng cho các DN đi sau (Hình 1)



(Nguồn: Kết quả khảo sát và tổng hợp của tác giả)

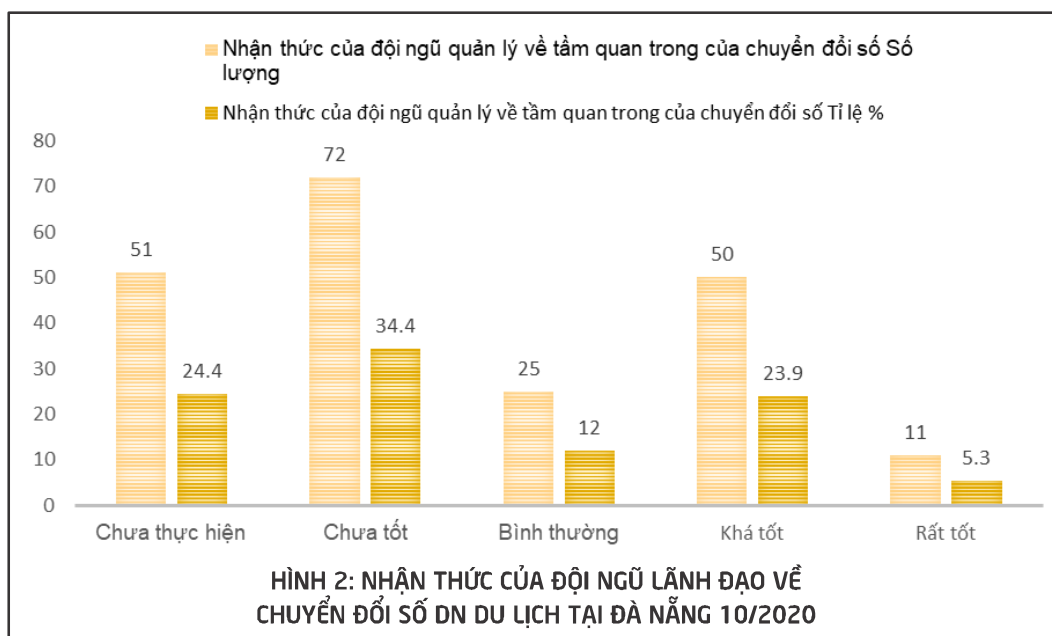
3.3. Một số kết quả trên các tiêu chí cụ thể trong chuyển đổi số của các DN du lịch Đà Nẵng

Chuyển đổi số trong DN là kết quả của một quá trình thực hiện trên nhiều hoạt động với sự vào cuộc từ ban lãnh đạo các DN đến các nhân viên, thông qua các công cụ và nền tảng công nghệ để vận hành, quản lý DN. Do vậy việc đánh giá chi tiết kết quả chuyển đổi số của các DN du lịch tại Đà Nẵng sẽ cho thấy những mặt đạt được, những hạn chế, khó khăn, từ đó làm

ơ sở cho các chiến lược đẩy mạnh chuyển đổi số thời gian tới.

3.3.1. Nhận thức và hành động của đội ngũ lãnh đạo

Đây là nhóm nhân tố quan trọng nhất đối với quá trình chuyển đổi số ở các DN. Chỉ khi lãnh đạo các DN nhận thức được vai trò, tác động của chuyển đổi số vào tương lai của DN thì công cuộc chuyển đổi số mới nhanh chóng được áp dụng.



(Nguồn: Kết quả khảo sát và tổng hợp của tác giả)

Các chỉ số thống kê cho thấy đội ngũ lãnh đạo DN du lịch tại Đà Nẵng trên mẫu khảo sát đã nhận thức khá tốt vấn đề chuyển đổi số. Có 24.4% lãnh đạo DN được khảo sát là chưa có động thái hay nhận thức về chuyển đổi số, nghĩa là hơn 75% còn lại đã có những nhận thức ban đầu về tiến trình này. Đây là một kết quả khá tốt trong bối cảnh cách mạng 4.0 đang phát triển mạnh như hiện nay. Đặc biệt trong đó có đến hơn 30% lãnh đạo DN đã nhận thức khá tốt và chắc chắn sẽ có những chiến lược phù hợp. Quá trình mỳ mò chắc chắn sẽ gặp không ít khó khăn và có đến 34% số DN có thể đang

mơ hồ trong định hướng về chuyển đổi số khi thực hiện nhận thức chưa tốt về vấn đề này.

3.3.2. Chuyển đổi số từ nhân viên

Đội ngũ nhân viên, nhóm nhân tố nguồn nhân lực của DN là những người cụ thể hóa chiến lược chuyển đổi số của DN. Sự am hiểu về kiến thức, công cụ, quá trình thực hiện các công đoạn trong điều hành, hoạt động của DN dựa trên nền tảng số... là những vấn đề quan trọng từ phía nhân viên của DN. Kết quả đánh giá trên mẫu 209 DN tại Đà Nẵng cho thấy như sau:

Bảng 3: Năng lực chuyển đổi số từ nhân viên DN du lịch tại Đà Nẵng

| Sự ủng hộ của nhân viên trong hoạt động đổi mới sáng tạo | Số lượng | Cơ cấu (%) | % Có giá trị | % Cộng dồn |
|--|-----------------|-------------------|---------------------|-------------------|
| Chưa thực hiện | 32 | 15.3 | 15.3 | 15.3 |
| Chưa tốt | 97 | 46.4 | 46.4 | 61.7 |
| Bình thường | 29 | 13.9 | 13.9 | 75.6 |
| Khá tốt | 39 | 18.7 | 18.7 | 94.3 |
| Rất tốt | 12 | 5.7 | 5.7 | 100.0 |
| Tổng | 209 | 100.0 | 100.0 | |
| Mức độ tương tác của nhân viên với DN qua các kênh số hóa | Số lượng | Cơ cấu (%) | % Có giá trị | % Cộng dồn |
| Chưa thực hiện | 113 | 54.1 | 54.1 | 54.1 |
| Chưa tốt | 41 | 19.6 | 19.6 | 73.7 |
| Bình thường | 23 | 11.0 | 11.0 | 84.7 |
| Khá tốt | 26 | 12.4 | 12.4 | 97.1 |
| Rất tốt | 6 | 2.9 | 2.9 | 100.0 |
| Tổng | 209 | 100.0 | 100.0 | |
| Mức độ tuân thủ quy trình của nhân viên và các bộ phận | Số lượng | Cơ cấu (%) | % Có giá trị | % Cộng dồn |
| Chưa thực hiện | 44 | 21.1 | 21.1 | 21.1 |
| Chưa tốt | 97 | 46.4 | 46.4 | 67.5 |
| Bình thường | 30 | 14.4 | 14.4 | 81.8 |
| Khá tốt | 34 | 16.3 | 16.3 | 98.1 |
| Rất tốt | 4 | 1.9 | 1.9 | 100.0 |
| Tổng | 209 | 100.0 | 100.0 | |

(Nguồn: Kết quả khảo sát và tổng hợp của tác giả)

Tính chung trên cả 3 nhóm tiêu chí đưa vào đánh giá, tỉ lệ biến động quanh 50% trong nhận thức và hành động của nhân viên là chưa tốt

hoặc chưa thực hiện. Điều này cho thấy cần phải quyết liệt hơn nữa trong vấn đề đào tạo, tổ chức đào tạo, tập huấn và nâng cao nhận thức

cũng như kỹ năng chuyên môn về công nghệ thông tin cho đội ngũ nhân viên các DN du lịch thời gian tới. Những kết quả đạt được cho đến hiện nay là rất khả quan khi tỉ lệ nhận thức và thực hiện các bước trong quy trình chuyển đổi số ở nhân viên một số các DN là rất tích cực (Bảng 3).

3.3.3. Yếu tố cơ sở hạ tầng

Hạ tầng là nền tảng không thể thiếu cho quá trình chuyển đổi số. Vấn đề này cần được đầu

tu bài bản, đồng bộ và cập nhật thường xuyên. Tuy nhiên, việc trang bị hệ thống hạ tầng đòi hỏi sự đầu tư tài chính tương đối lớn trong khi phần lớn các DN đều ở quy mô tài chính vừa và nhỏ. Đây là những bất cập và cũng là khó khăn của các DN mới hoạt động. Kết quả đánh giá trên các nền tảng quản lý, vận hành số của DN du lịch cho thấy một số thành tựu ban đầu về hệ thống nền tảng hạ tầng được các DN du lịch Đà Nẵng chú trọng đầu tư khá tốt.

Bảng 4: Hạ tầng thông tin các DN du lịch Đà Nẵng

| Phần mềm ứng dụng quản lý, bán sản phẩm/ dịch vụ | Số lượng | Cơ cấu (%) | % Có giá trị | % Cộng dồn |
|---|-----------------|-------------------|---------------------|-------------------|
| Chưa thực hiện | 113 | 54.1 | 54.1 | 54.1 |
| Chưa tốt | 41 | 19.6 | 19.6 | 73.7 |
| Bình thường | 23 | 11.0 | 11.0 | 84.7 |
| Khá tốt | 26 | 12.4 | 12.4 | 97.1 |
| Rất tốt | 6 | 2.9 | 2.9 | 100.0 |
| Tổng | 209 | 100.0 | 100.0 | |
| Phần mềm quản lý nhân viên/ chăm sóc khách hàng | Số lượng | Cơ cấu (%) | % Có giá trị | % Cộng dồn |
| Chưa thực hiện | 34 | 16.3 | 16.3 | 16.3 |
| Chưa tốt | 80 | 38.3 | 38.3 | 54.5 |
| Bình thường | 28 | 13.4 | 13.4 | 67.9 |
| Khá tốt | 55 | 26.3 | 26.3 | 94.3 |
| Rất tốt | 12 | 5.7 | 5.7 | 100.0 |
| Tổng | 209 | 100.0 | 100.0 | |
| Websites/ trang/ tài khoản mạng xã hội của DN | Số lượng | Cơ cấu (%) | % Có giá trị | % Cộng dồn |
| Chưa thực hiện | 26 | 12.4 | 12.4 | 12.4 |
| Chưa tốt | 56 | 26.8 | 26.8 | 39.2 |
| Bình thường | 34 | 16.3 | 16.3 | 55.5 |
| Khá tốt | 75 | 35.9 | 35.9 | 91.4 |
| Rất tốt | 18 | 8.6 | 8.6 | 100.0 |
| Tổng | 209 | 100.0 | 100.0 | |

(Nguồn: Kết quả khảo sát và tổng hợp của tác giả)

Các phần mềm quản lý nhân viên/ sản phẩm/ khách hàng, phần mềm hỗ trợ vận hành bước đầu được chú trọng đầu tư song còn ở mức thấp, với khoảng 30% DN được khảo sát làm tốt vấn đề này. Số còn lại thì chưa tốt và chưa

thực hiện. Do vậy, việc đánh giá sâu những nguyên nhân bên trong để hỗ trợ, tháo gỡ cho DN đối với nhóm tiêu chí này là rất quan trọng trong tiến trình chuyển đổi số. Riêng mảng *Websites/ trang/ tài khoản mạng xã hội* đã có

kết quả rất tốt khi có trên 60% đã hoàn thiện và triển khai tốt kênh quản lý, hoạt động và quảng bá qua Websites/ trang/ tài khoản mạng xã hội của DN.

4. Kết luận

Chuyển đổi số là xu hướng tất yếu, khách quan trong cách mạng công nghiệp 4.0 hiện nay. Trong đó các hoạt động kinh doanh, vận hành, quản lý DN là nhóm lĩnh vực cần chú trọng, chủ động tham gia xu hướng này để phát triển và nâng tầm DN. Việc đánh giá kết quả quá trình này đối với các DN du lịch tại Đà Nẵng đã cho thấy những chuyển biến rất quan trọng bước đầu của các DN từ nhận thức đến hành động. Kết quả cũng cho thấy những rào cản, một số khó khăn mà DN đang gặp phải trong tiến trình chuyển đổi số. Đây là những khoảng trống cần sự vào cuộc của các cơ quan quản lý DN, các đơn vị chuyên môn để cùng DN triển khai, đẩy mạnh tiến trình này nhằm tạo ra một xu hướng mới trong quản lý, vận hành DN trong thời đại số hiện nay.

Tài liệu tham khảo

- [1] THINK TANK VINASA, (2018); Việt Nam thời chuyển đổi số, NXB Thế Giới.
- [2] David L. Rogers, (Phạm Anh Tuấn - dịch - 2019), Cải tổ DN trong thời đại số, NXB tổng hợp TP. HCM.
- [3] Clau Schwabs, Nicholas David, (Nguyễn Văn - Thành Thép - dịch 2029), Định Hình Cuộc Cách Mạng Công Nghiệp Lần Thứ Tư, NXB Thế Giới.
- [4] Kitao Yoshitaka, Fintech 4.0 - Những Điểm Hình Thành Công Trong Cuộc Cách Mạng Công Nghệ Tài Chính.
- [5] Chu Văn Vệ (2019), Chuyển đổi Số: Bối cảnh và thách thức, Tạp chí Ngân hàng, chuyên đề Tình hình ngân hàng, số 4/2019.
- [6] Henriette, E., Feki, M., & Boughzala, I. (2015). The Shape of Digital Transformation: A Systematic Literature Review. Ninth Mediterranean Conference on Information Systems (MCIS).
- [7] Hồ Tú Bảo (2020), Chuyển đổi số thời Covid-19, Tạp chí Tia sáng, truy cập ngày 20/4/2020, <https://tiasang.com.vn/khoa-hoc-cong-nghe/Chuyen-doi-so-thoi-Covid19-23135>.
- [8] Majchrzak, Ann; Markus, M. Lynne; and Wareham, Jonathan D. (2016). Designing for Digital Transformation: Lessons for Information Systems Research from the Study of ICT and Societal Challenges. MIS Quarterl, 40(2), pp.267-277.