

XÂY DỰNG THANG ĐO ĐÁNH GIÁ MỨC ĐỘ SẴN SÀNG THAM GIA SÀN THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ CỦA DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA TẠI THÀNH PHỐ HUẾ

Trần Hà Uyên Thi^{1*}, Nguyễn Khắc Hoàn¹

Ngày nhận bài: 20/07/2025

Ngày nhận bản sửa: 19/08/2025

Ngày duyệt đăng: 30/09/2025

Tóm tắt: Nghiên cứu này nhằm xây dựng thang đo đánh giá mức độ sẵn sàng tham gia sàn thương mại điện tử (TMĐT) của các doanh nghiệp nhỏ và vừa (DNNVV) tại thành phố Huế. Dựa trên mô hình Công nghệ – Tổ chức – Môi trường và mô hình e-Readiness, nghiên cứu đề xuất một thang đo gồm ba thành phần chính: (1) Sẵn sàng của sàn TMĐT, (2) Sẵn sàng của tổ chức, và (3) Sẵn sàng của môi trường. Nghiên cứu sử dụng phương pháp hỗn hợp, bao gồm nghiên cứu định tính (phỏng vấn chuyên gia) và nghiên cứu định lượng (khảo sát 150 DNNVV tại Huế với phương pháp chọn mẫu phán đoán kết hợp với định mức). Dữ liệu thu thập được phân tích bằng các kiểm định độ tin cậy và giá trị của thang đo như Cronbach's alpha, phân tích nhân tố khám phá và khẳng định. Kết quả cho thấy thang đo gồm có ba thành phần với 17 biến quan sát đạt độ tin cậy và giá trị đo lường cao. Về mặt lý thuyết, nghiên cứu này đóng góp quan trọng bằng cách mở rộng khung lý thuyết về chấp nhận công nghệ, điều chỉnh và ứng dụng vào bối cảnh tham gia sàn TMĐT trong tổ chức. Nghiên cứu mang lại những đóng góp thực tiễn quan trọng, giúp các DNNVV tự đánh giá mức độ sẵn sàng, đồng thời hỗ trợ chính phủ, nhà hoạch định chính sách và các sàn TMĐT trong việc xây dựng các giải pháp phù hợp để thúc đẩy doanh nghiệp tham gia vào môi trường kinh doanh số.

Từ khóa: Sàn TMĐT; Doanh nghiệp nhỏ và vừa; Mức độ sẵn sàng; Mô hình TOE; Mô hình e-Readiness.

1. Đặt vấn đề

Thương mại điện tử (TMĐT) tại Việt Nam đang trên đà phát triển mạnh mẽ với tốc độ tăng trưởng ấn tượng, đạt 18-25% mỗi năm, nhờ sự bùng nổ của internet và sự thay đổi trong thói quen mua sắm hậu đại dịch COVID-19. Năm 2024, quy mô thị trường TMĐT Việt Nam chạm mốc 25 tỷ USD, tăng 20% so với năm 2023, đưa Việt Nam vào Top 10 quốc gia có tốc độ tăng trưởng TMĐT nhanh nhất thế giới (Bộ Công thương Việt Nam, 2025). Đặc biệt, các sàn TMĐT như Shopee, TikTok Shop, Lazada, Tiki và Sendo đang giữ vai trò then chốt với thị phần tăng từ 47% vào năm 2023 lên

¹Trường Đại học Kinh tế, Đại học Huế, *Tác giả liên hệ: thi.tran@hce.edu.vn

53% vào năm 2024 (Metric, 2025). Nhờ đó, sàn TMĐT không chỉ là nền tảng giao dịch mà còn là nhân tố cốt lõi thúc đẩy sự phát triển vượt bậc của thương mại điện tử Việt Nam.

Theo Nghị định 52/2013/NĐ-CP, sàn TMĐT là “website thương mại điện tử cho phép các thương nhân, tổ chức, cá nhân không phải chủ sở hữu website có thể tiến hành một phần hoặc toàn bộ quy trình mua bán hàng hóa, dịch vụ trên đó”. Sàn TMĐT đóng vai trò như một cầu nối, giúp doanh nghiệp tiếp cận khách hàng dễ dàng hơn mà không cần đầu tư vào hạ tầng công nghệ riêng. Đặc biệt, đối với các doanh nghiệp nhỏ và vừa (DNNVV), sàn TMĐT giúp giảm chi phí vận hành, tối ưu hóa quy trình kinh doanh và tận dụng các công cụ hỗ trợ như quảng cáo, thanh toán trực tuyến và logistics (Cano & cộng sự, 2022). Ngoài ra, các sàn TMĐT còn cung cấp dữ liệu phân tích thị trường, giúp DNNVV hiểu rõ nhu cầu người tiêu dùng và điều chỉnh chiến lược kinh doanh phù hợp (Standing & cộng sự, 2010). Nhờ những lợi ích này, sàn TMĐT không chỉ là kênh bán hàng hiệu quả mà còn là động lực thúc đẩy tăng trưởng bền vững cho các DNNVV trong nền kinh tế số.

Để nắm bắt những lợi ích to lớn do sàn TMĐT mang lại, các DNNVV ở thành phố Huế ngày càng quan tâm đến việc tham gia kinh doanh trên sàn TMĐT. DNVVN đóng vai trò quan trọng trong nền kinh tế của thành phố Huế với 70% doanh nghiệp siêu nhỏ, 25% doanh nghiệp nhỏ và 3% doanh nghiệp vừa phân loại theo tổng số lao động (Bộ Kế hoạch và Đầu tư, 2024). Do đó, DNNVV ở thành phố Huế nhận được nhiều hỗ trợ của các Sở, ban, ngành để tăng cường quảng bá sản phẩm trên các sàn TMĐT của địa phương (ví dụ sàn hueshop.vn, huetrade.gov.vn) và các sàn TMĐT của cả nước (ví dụ chus.vn, buudien.vn, Shopee, TikTok Shop...) (Nguyễn Tuấn, 2024a). Tuy nhiên, số lượng các DNNVV ở thành phố Huế tham gia sàn TMĐT so với cả nước chưa nhiều (Metric, 2025). Thống kê cho thấy rằng các DNNVV ở thành phố Huế mặc dù có tham gia sàn TMĐT nhưng tỉ lệ doanh nghiệp tham gia thành công trên sàn còn rất thấp (Nguyễn Tuấn, 2024b). Điều này cho thấy DNNVV ở thành phố Huế có mức độ sẵn sàng tham gia sàn TMĐT chưa cao.

Nghiên cứu về mức độ sẵn sàng tham gia sàn TMĐT của DNNVV chưa nhận được nhiều quan tâm của các học giả. Theo hiểu biết của nhóm tác giả, chưa có thang đo cụ thể nào đánh giá mức độ sẵn sàng tham gia sàn TMĐT của DNNVV. Do đó, nghiên cứu này được thực hiện nhằm xây dựng thang đo phù hợp trong bối cảnh doanh nghiệp tại thành phố Huế. Việc xác định rõ các yếu tố cấu thành mức độ sẵn sàng sẽ giúp DNNVV chẩn đoán để đánh giá tính khả thi của việc tham gia sàn TMĐT, từ đó hỗ trợ các nhà quản lý, chính phủ, nhà hoạch định chính sách và nhà cung cấp dịch vụ sàn TMĐT trong việc thúc đẩy DNNVV tham gia sàn TMĐT.

2. Cơ sở lý thuyết

Mức độ sẵn sàng tham gia sàn TMĐT được hiểu là khả năng và sự chấp nhận của doanh nghiệp trong việc tham gia sàn TMĐT để thực hiện giao dịch trực tuyến (Molla

& Licker, 2005). Việc xây dựng thang đo đánh giá mức độ sẵn sàng tham gia sàn TMĐT của DNNVV tại các nước đang phát triển như Việt Nam có thể dựa trên nhiều mô hình lý thuyết khác nhau về chấp nhận công nghệ. Các mô hình này giúp xác định các yếu tố cấu thành khả năng tiếp nhận và tham gia sàn TMĐT của doanh nghiệp. Trong số đó, hai mô hình phổ biến được sử dụng rộng rãi gồm mô hình Công nghệ – Tổ chức – Môi trường (Technology – Organisation – Environment Framework) (TOE) và mô hình e-Readiness (Hendricks & Mwapwele, 2024; Loo & cộng sự, 2024).

Mô hình TOE của Depietro & cộng sự (1990) là một trong những khung lý thuyết quan trọng để phân tích mức độ sẵn sàng áp dụng tham gia sàn TMĐT của DNNVV ở các nước đang phát triển. Mô hình này đề cập đến ba yếu tố chính: công nghệ (sàn TMĐT), tổ chức và môi trường. Sẵn sàng của sàn TMĐT phản ánh những đặc điểm của sàn TMĐT có khả năng thúc đẩy DNNVV tham gia nền tảng này (Hendricks & Mwapwele, 2024). Sẵn sàng của tổ chức liên quan đến các đặc điểm của DNNVV có thể thúc đẩy họ tham gia sàn TMĐT (Tran & Nguyen, 2023). Sẵn sàng về môi trường tập trung vào đặc điểm của môi trường kinh doanh có ảnh hưởng tích cực đến việc tham gia sàn TMĐT của DNNVV (Loo & cộng sự, 2024).

Mô hình e-Readiness của Molla & Licker (2005) tập trung vào việc đánh giá mức độ sẵn sàng tham gia sàn TMĐT của DNNVV tại các nước đang phát triển dựa trên hai khía cạnh chính: sẵn sàng của tổ chức và sẵn sàng của môi trường. Sẵn sàng của tổ chức bao gồm nhận thức, nguồn lực con người, nguồn lực kinh doanh, nguồn lực công nghệ, cam kết và năng lực quản lý. Trong khi đó, sẵn sàng của môi trường phản ánh các yếu tố bên ngoài ảnh hưởng đến việc tham gia sàn TMĐT, bao gồm chính sách hỗ trợ, sự sẵn sàng của thị trường và các ngành hỗ trợ. Mô hình này nhấn mạnh rằng việc tham gia sàn TMĐT không chỉ phụ thuộc vào khả năng nội tại của doanh nghiệp mà còn cần có một môi trường kinh doanh thuận lợi.

Tóm lại, hai mô hình lý thuyết trên cung cấp cơ sở khoa học quan trọng để đánh giá mức độ sẵn sàng tham gia sàn TMĐT của DNNVV tại các nước đang phát triển. Trong khi mô hình TOE giúp phân tích toàn diện từ góc độ công nghệ, tổ chức và môi trường, mô hình e-Readiness nhấn mạnh sự chuẩn bị của doanh nghiệp và môi trường kinh doanh. Việc kết hợp các mô hình này sẽ giúp xác định rõ các yếu tố quyết định mức độ sẵn sàng và xây dựng thang đo hỗ trợ các bên có liên quan trong việc đánh giá tính khả thi của DNNVV khi tham gia sàn TMĐT. Bảng 1 tổng hợp các yếu tố quyết định mức độ sẵn sàng tham gia sàn TMĐT của DNNVV tại các nước đang phát triển.

Bảng 1. Tổng hợp yếu tố của thang đo đánh giá mức độ sẵn sàng tham gia sàn TMĐT của DNNVV tại các nước đang phát triển

Biến quan sát	Mô tả	Nguồn
---------------	-------	-------

<i>Sẵn sàng của sàn TMĐT (CN)</i>		
CN1 – Lợi thế tương đối	Tham gia sàn TMĐT mang lại nhiều lợi ích cho hoạt động kinh doanh của DN	Loo & cộng sự (2024)
CN2 – Tính hữu ích	Tham gia sàn TMĐT rất cần thiết cho hoạt động kinh doanh của DN	
CN3 – Khả năng tương thích	Tham gia sàn TMĐT phù hợp với hoạt động kinh doanh hiện tại của DN	
<i>Sẵn sàng của tổ chức (TC)</i>		
TC1 – Cam kết	DN sẵn sàng cung cấp nguồn lực (tài chính, cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin, nhân sự,...) cần thiết để tham gia sàn TMĐT	Shahadat & cộng sự (2023);
TC2 – Nguồn lực tài chính	DN có đủ nguồn lực tài chính để tham gia sàn TMĐT	Loo & cộng sự (2024)
TC3 – Hạ tầng công nghệ thông tin	DN có đủ nguồn lực cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin để tham gia sàn TMĐT	
TC4 – Đủ số lượng nhân viên	DN có đủ số lượng nhân viên để vận hành gian hàng trên sàn TMĐT (<i>Nhóm tác giả tự phát triển</i>)	
TC5 – Năng lực của nhân viên	Nhân viên của DN có đủ năng lực để vận hành gian hàng trên sàn TMĐT	
TC6 – Năng lực của quản lý	Quản lý của DN có đủ năng lực để vận hành gian hàng trên sàn TMĐT	
TC7 – Năng lực thích nghi	DN có đủ năng lực để thích nghi với sự thay đổi của công nghệ để kinh doanh trên sàn TMĐT	
<i>Sẵn sàng của môi trường (MT)</i>		
MT1 – Giải pháp và công nghệ	Giải pháp và công nghệ giúp tham gia sàn TMĐT luôn sẵn có ở Việt Nam	Molla & Licker (2005); Molla & cộng sự (2010);
MT2 – Hỗ trợ từ chính quyền	Chính quyền có nhiều hỗ trợ khuyến khích DN tham gia sàn TMĐT	Cano & cộng sự (2022);
MT3 – Vai trò của hiệp hội	Các hiệp hội đóng vai trò tích cực trong việc khuyến khích DN tham gia sàn TMĐT	Shahadat & cộng sự (2023)
MT4 – Áp lực từ đối thủ cạnh tranh	Áp lực cạnh tranh khiến DN phải tham gia sàn TMĐT	
MT5 – Áp lực từ khách hàng	Khách hàng chuyển sang mua hàng trên sàn TMĐT khiến DN phải tham gia sàn TMĐT	

MT6 – Áp lực từ nhà cung cấp/đối tác	Nhà cung cấp/đối tác sẵn sàng tham gia sàn TMĐT khiến DN phải tham gia sàn TMĐT
MT7 – Dịch vụ logistics	Dịch vụ logistics ở Việt Nam phát triển tạo điều kiện thuận lợi để DN tham gia sàn TMĐT

(Nguồn: Tổng hợp của nhóm tác giả, 2025)

3. Phương pháp nghiên cứu

DeVellis & Thorpe (2021, p. 13) định nghĩa thang đo là “công cụ đo lường bao gồm tập hợp các chỉ báo được kết hợp thành một điểm số tổng hợp và nhằm đo lường mức độ của biến lý thuyết không thể quan sát được một cách trực tiếp”. Nghiên cứu này dựa trên đề xuất của DeVellis & Thorpe (2021) để xây dựng thang đo mức độ sẵn sàng tham gia sàn TMĐT của DNVVN gồm có 3 bước. Bước 1, phát triển các chỉ báo (item generation) thông qua nghiên cứu định tính (nghiên cứu tại bàn và phỏng vấn cá nhân) nhằm khám phá, điều chỉnh và bổ sung các thành phần của thang đo.

Bước 2, sàng lọc các chỉ báo (items purification) thông qua nghiên cứu định lượng nhằm thu thập dữ liệu trên qui mô mẫu đủ lớn để chứng minh về mặt thống kê về mức độ phù hợp của thang đo đề xuất. Mẫu điều tra là 150 DNNVV tại thành phố Huế được lựa chọn theo phương pháp chọn mẫu phán đoán kết hợp với định mức dựa vào số liệu thống kê doanh nghiệp trong Sách trắng DN Việt Nam. Số liệu sơ cấp được xử lý bằng phần mềm SPSS 26.0 và AMOS 26.0. Bước 2 liên quan đến kiểm định độ tin cậy của thang đo thông qua hệ số Cronbach's alpha.

Bước 3, đánh giá độ tin cậy và giá trị thang đo (reliability assessment and construct validation) liên quan đến phân tích nhân tố khẳng định CFA nhằm kiểm định sự phù hợp của thang đo, giá trị hội tụ, độ tin cậy và giá trị phân biệt. Cuối cùng, dữ liệu được kiểm tra về hiện tượng sai lệch do phương pháp CMB (Common Method Bias) nhằm đánh giá toàn diện độ tin cậy và giá trị của thang đo.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Bước 1: Phát triển các chỉ báo

Thang đo đánh giá mức độ sẵn sàng tham gia sàn TMĐT được xây dựng dựa trên mô hình TOE của Depietro & cộng sự (1990) và e-Readiness của Molla & Licker (2005). Sau đó, thang đo của nghiên cứu này được điều chỉnh dựa trên phỏng vấn sâu 15 chuyên gia trong lĩnh vực TMĐT, bao gồm 5 chuyên gia đến từ các sàn TMĐT hàng đầu của Việt Nam như Shopee, TikTok Shop và Lazada, 5 chuyên gia là chủ doanh nghiệp đang kinh doanh trên sàn TMĐT, và 5 chuyên gia là giảng viên và nhà tư vấn về TMĐT. Mục tiêu của bước này nhằm nhận diện, phát triển các nhân tố và các chỉ báo (biến quan sát) mới nếu có. Kết quả của bước này là có 25 chỉ báo được phát triển.

Quy trình nghiên cứu định tính liên quan đến phỏng vấn sâu gồm hai bước như sau:

Bước 1: Quy trình thu thập dữ liệu từ các phỏng vấn chuyên gia đã được thực hiện một cách có hệ thống và có sự chuẩn bị kỹ lưỡng. Mỗi cuộc phỏng vấn được tiến hành với một bộ câu hỏi mở, được thiết kế để khám phá các yếu tố liên quan đến mức độ sẵn sàng tham gia sàn TMĐT. Các chuyên gia được chọn lọc từ nhiều lĩnh vực khác nhau trong ngành TMĐT để đảm bảo tính đa dạng và độ tin cậy của thông tin thu thập được. Các cuộc phỏng vấn kéo dài trong khoảng 1 tiếng đồng hồ, được ghi âm và chuyển ngữ thành văn bản, giúp đảm bảo tính chính xác và đầy đủ của dữ liệu.

Bước 2: Quy trình mã hóa dữ liệu được thực hiện theo các bước rõ ràng và có hệ thống. Dữ liệu từ các cuộc phỏng vấn đã được phân loại theo các chủ đề chính và phụ, nhằm dễ dàng nhận diện các xu hướng và mối quan hệ trong thông tin. Phương pháp mã hóa theo chủ đề (thematic coding) được áp dụng, trong đó các đoạn văn bản quan trọng được mã hóa thành các mã tương ứng với các khái niệm và yếu tố đã được phát triển từ mô hình TOE và e-Readiness. Việc mã hóa này đã giúp làm rõ các nhân tố và chỉ báo liên quan đến mức độ sẵn sàng tham gia sàn TMĐT, từ đó nâng cao độ tin cậy và thuyết phục của kết quả nghiên cứu.

Tiếp đến, các chuyên gia đánh giá sự phù hợp của thang đo thông qua việc sắp xếp các chỉ báo vào một trong ba nhóm: sẵn sàng của sàn TMĐT, sẵn sàng của tổ chức, và sẵn sàng của môi trường. Tiêu chí đặt ra là có ít nhất 80% người cùng đánh giá và sắp xếp tương tự nhau. Kết quả của bước này cho thấy thang đo đánh giá mức độ sẵn sàng tham gia sàn TMĐT được thể hiện qua 3 thành phần với 17 biến quan sát: sẵn sàng của sàn TMĐT (3 chỉ báo), sẵn sàng của tổ chức (7 chỉ báo), và sẵn sàng của môi trường (7 chỉ báo) (xem Bảng 1). Trong đó, chỉ báo “DN có đủ số lượng nhân viên để vận hành gian hàng trên sàn TMĐT” được đưa vào dựa trên ý kiến của chuyên gia vì số lượng nhân sự đầy đủ là yếu tố quan trọng đảm bảo gian hàng trên sàn TMĐT vận hành ổn định và hiệu quả. Nếu thiếu nhân lực, doanh nghiệp có thể gặp khó khăn trong quản lý đơn hàng, chăm sóc khách hàng và duy trì hoạt động kinh doanh trực tuyến.

4.2. Bước 2: Sàng lọc các chỉ báo

Để sàng lọc các chỉ báo, phân tích nhân tố khám phá EFA được sử dụng. Dữ liệu thu thập từ khảo sát 150 DNNVV đang tham gia kinh doanh trên sàn TMĐT được sử dụng để phân tích. Có thể thấy rằng 79,3% số người tham gia (117 trên 150) là quản lý cấp cao và có nhiều kinh nghiệm để cung cấp thông tin đáng tin cậy cho nghiên cứu này. Các DNNVV trong mẫu có sự khác nhau về số năm thành lập, quy mô và doanh thu. Đáng chú ý 70% mẫu khảo sát là doanh nghiệp siêu nhỏ theo tiêu chí tổng số lao động và 60,7% doanh nghiệp tham gia khảo sát là doanh nghiệp siêu nhỏ theo tiêu chí doanh thu. Nhìn chung, các đặc trưng của mẫu khảo sát phù hợp với đặc điểm của các DNNVV ở thành phố Huế. Do đó, mẫu khảo sát cho thấy mang tính đại diện cao cho tổng thể nghiên cứu, góp phần nâng cao khả năng khái quát hóa kết quả nghiên cứu.

Phương pháp phân tích nhân tố khám phá (EFA) được thực hiện bằng phương pháp trích Principal components với phép quay Varimax. Kết quả phân tích nhân tố EFA đối với thang đo mức độ sẵn sàng tham gia sản phẩm TMĐT cho ra 3 nhân tố có giá trị riêng (Eigenvalue) lớn hơn 1, tổng phương sai trích (tổng biến thiên được giải thích bởi các nhân tố) bằng 68,186% (>50%) thỏa mãn các điều kiện yêu cầu của phân tích EFA. Kết quả phân tích cho thấy tất cả biến quan sát đều có hệ số tải nhân tố hơn 0,5. Các nhân tố từ 1 đến 3 được đặt tên tương ứng là: sẵn sàng của tổ chức, sẵn sàng của môi trường và sẵn sàng của sản phẩm TMĐT. Như vậy, toàn bộ 17 chỉ báo đều được giữ nguyên và tiếp tục sử dụng trong Bước 3 để đánh giá độ tin cậy và giá trị của thang đo, đảm bảo tính nhất quán và phù hợp với mô hình phân tích.

4.3. Bước 3: Đánh giá độ tin cậy và giá trị thang đo

Thang đo được đánh giá thông qua giá trị hội tụ (convergent validity), độ tin cậy (reliability) và giá trị phân biệt (discriminant) (Hair & cộng sự, 2019). Giá trị hội tụ, mức độ tương quan thuận giữa các biến quan sát của một khái niệm, được đánh giá thông qua hệ số tải nhân tố (factor loadings) và phương sai trích (AVE) (Fornell & Larcker, 1981). Kết quả phân tích cho thấy tất cả hệ số tải nhân tố đều lớn hơn 0,6 và có ý nghĩa thống kê ở mức $p < 0,001$. Tất cả giá trị AVE trong Bảng 2 đều vượt ngưỡng chấp nhận 0,5, cho thấy giá trị hội tụ của mô hình đo lường là đạt yêu cầu.

Bảng 2. Kết quả kiểm định giá trị hội tụ và độ tin cậy

Nhân tố	Biến quan sát	Cronbach's alpha (>0,7)	AVE (>0,5)	CR (>0,7)
Sẵn sàng của sản phẩm TMĐT	CN1	0,880	0,716	0,883
	CN2			
	CN3			
Sẵn sàng của tổ chức	TC1	0,923	0,638	0,924
	TC2			
	TC3			
	TC4			
	TC5			
	TC6			
	TC7			
Sẵn sàng của môi trường	MT1	0,881	0,504	0,876
	MT2			
	MT3			
	MT4			

MT5
MT6
MT7

(Nguồn: Kết quả khảo sát, 2024)

Độ tin cậy của thang đo đề cập đến mức độ mà một tập hợp các biến quan sát tạo ra kết quả ổn định và nhất quán qua nhiều lần đo lường (Nunnally & Bernstein, 1994). Độ tin cậy được đánh giá thông qua hệ số Cronbach's alpha và độ tin cậy tổng hợp (CR). Kết quả phân tích ở Bảng 2 cho thấy giá trị Cronbach's alpha và CR đều lớn hơn 0,7, qua đó cung cấp bằng chứng về độ tin cậy của thang đo trong nghiên cứu (Hair & cộng sự, 2019).

Giá trị phân biệt thể hiện mức độ mà một tập chỉ báo dùng để đo lường một khái niệm không bị trùng lặp hoặc nhầm lẫn với các chỉ báo đo lường khái niệm khác (Lewis & cộng sự, 2005). Nói cách khác, nó đảm bảo rằng mỗi khái niệm trong mô hình là riêng biệt và có ý nghĩa rõ ràng, không bị chồng lấn với các khái niệm khác. Giá trị phân biệt được đánh giá bằng tiêu chí Fornell-Larcker, trong đó đề xuất rằng căn bậc hai của AVE (nằm trên đường chéo của ma trận) phải lớn hơn tất cả các hệ số tương quan chéo giữa các khái niệm (nằm dưới đường chéo của ma trận) (Fornell & Larcker, 1981). Hơn nữa, phương sai riêng lớn nhất (MSV) phải nhỏ hơn AVE. Bảng 3 báo cáo kết quả kiểm định giá trị phân biệt của mô hình. Các kết quả này cho thấy tiêu chí Fornell-Larcker và giá trị MSV đều được đáp ứng, như vậy tất cả các khái niệm đều đạt giá trị phân biệt.

Bảng 3. Kết quả kiểm định giá trị phân biệt

	AVE	MSV	CN	TC	MT
CN	0,716	0,251	0,846		
TC	0,642	0,251	0,501***	0,799	
MT	0,508	0,242	0,492***	0,396***	0,710

Ghi chú: Căn bậc hai của AVE (nằm trên đường chéo của ma trận); *** $p < 0,001$.

(Nguồn: Kết quả khảo sát, 2024)

Tiếp theo, phân tích nhân tố khẳng định CFA được sử dụng nhằm đánh giá dữ liệu hiện tại có nhất quán với cấu trúc đã được xác định trước hay không (Hair & cộng sự, 2019). Bảng 4 tóm tắt kết quả GOF trong nghiên cứu này. Kết quả cho thấy tất cả các giá trị đều nằm trong phạm vi chấp nhận được, cho thấy mô hình phù hợp tốt và nhất quán hợp lý với dữ liệu.

Bảng 4. Kết quả kiểm định độ phù hợp của mô hình

Chỉ số đánh giá	Yêu cầu	Mô hình	Nguồn
CMIN/df	<3	1,258***	Kline (2023)
RMSEA	<0,08	0,042	Browne & Cudeck (1993)
Goodness-of-fit (GFI)	≥ 0.9	0,900	Hu & Bentler (1999); Hair

Tucker & Lewis index (TLI)	≥ 0.9	0,977	& cộng sự (2019)
Comparative fit index (CFI)	≥ 0.9	0,981	
SRMR	$< 0,08$	0,0645	

Ghi chú: *** $p < 0,001$.

(Nguồn: Kết quả khảo sát, 2024)

Để hoàn thành đánh giá độ tin cậy và giá trị thang đo, dữ liệu được kiểm tra về hiện tượng sai lệch do phương pháp CMB nhằm xác định bất kỳ sai sót tiềm ẩn nào do sử dụng dữ liệu khảo sát (Podsakoff & cộng sự, 2003). Cả biện pháp phòng ngừa trước (prior) và kiểm tra sau (posteriori) được áp dụng để tránh và phát hiện CMB trong nghiên cứu này. Biện pháp phòng ngừa trước liên quan đến tuyên bố bảo mật ở đầu mỗi bảng khảo sát. Điều này giúp đảm bảo tính ẩn danh của người tham gia, từ đó giảm thiểu xu hướng trả lời theo mong muốn chung.

Hai biện pháp kiểm tra sau đã được thực hiện để kiểm tra CMB trong nghiên cứu này. Đầu tiên, kiểm định một nhân tố của Harman (Harman's single factor test) được thực hiện, trong đó chỉ một nhân tố được trích xuất trong phân tích nhân tố khám phá. Nhân tố này có Eigenvalue là 7,153 và giải thích 42,077% tổng phương sai, thấp hơn ngưỡng chấp nhận được là 50%. Tiếp theo, phương pháp phân tích nhân tố khẳng định (CFA) cũng được thực hiện để xác định bất kỳ CMB nào. Phương pháp này so sánh các chỉ số độ phù hợp giữa mô hình đo lường ban đầu và một mô hình đơn nhân tố, trong đó 17 biến quan sát được giả định gộp chung vào một nhân tố duy nhất. Các chỉ số độ phù hợp của mô hình đơn nhân tố là $\chi^2/df = 5,958$, RMSEA = 0,182, GFI = 0,519, TLI = 0,558, CFI = 0,614, và SRMR = 0,1681. Những giá trị này thấp hơn đáng kể so với các chỉ số của mô hình đo lường, cho thấy mô hình đơn nhân tố không phù hợp. Tất cả các kết quả này chỉ ra rằng CMB không phải là một vấn đề đáng lo ngại.

5. Kết luận và hàm ý quản trị

Nghiên cứu này nhằm phát triển một thang đo đánh giá mức độ sẵn sàng tham gia sàn TMĐT của các DNNVV tại thành phố Huế – một trong những trung tâm kinh tế tiềm năng của Việt Nam trong lĩnh vực TMĐT. Dựa trên mô hình TOE của Depietro & cộng sự (1990) và mô hình e-Readiness của Molla & Licker (2005), nghiên cứu kết hợp phương pháp định tính và định lượng để xây dựng thang đo gồm ba thành phần chính: sẵn sàng của sàn TMĐT, sẵn sàng của tổ chức và sẵn sàng của môi trường.

Kết quả nghiên cứu mang lại nhiều hàm ý quan trọng, góp phần hỗ trợ các nhà quản lý, chính phủ, nhà hoạch định chính sách và nhà cung cấp dịch vụ sàn TMĐT trong việc thúc đẩy việc DNNVV tham gia sàn TMĐT. Trước hết, nghiên cứu cung cấp một thang đo chi tiết giúp doanh nghiệp tự đánh giá mức độ sẵn sàng, từ đó có thể xây dựng chiến lược phù hợp để tối ưu hóa hoạt động kinh doanh trên sàn TMĐT. Các nhà

quản lý có thể dựa vào kết quả nghiên cứu này để xác định những điểm cần cải thiện, chẳng hạn như đầu tư vào hạ tầng công nghệ, nâng cao năng lực nhân sự hoặc tận dụng các chính sách hỗ trợ từ chính phủ. Bên cạnh đó, nghiên cứu cũng cung cấp cơ sở thực tiễn để các nhà hoạch định chính sách thiết kế các chương trình hỗ trợ phù hợp, như phát triển hạ tầng số, cung cấp các gói hỗ trợ tài chính và đào tạo nguồn nhân lực, nhằm giảm bớt rào cản cho DNNVV. Đồng thời, các nhà cung cấp dịch vụ sàn TMĐT có thể sử dụng những phát hiện từ nghiên cứu để xây dựng các chính sách hợp tác linh hoạt hơn, tạo điều kiện thuận lợi để thu hút nhiều doanh nghiệp tham gia và phát triển bền vững trong môi trường số.

Những phát hiện từ nghiên cứu này cần được xem xét trong bối cảnh các hạn chế nhất định. Trước hết, nghiên cứu chỉ tập trung vào việc tham gia sàn TMĐT của các DNNVV tại thành phố Huế, do đó, nghiên cứu chỉ tập trung vào DNNVV tại Huế, do đó, kết quả không thể khái quát hóa cho các địa phương khác. Một nghiên cứu mở rộng phạm vi địa lý hoặc các nghiên cứu so sánh giữa các thành phố sẽ giúp tăng tính khái quát của thang đo. Thứ hai, nghiên cứu chưa phân tích sự khác biệt trong mức độ sẵn sàng tham gia sàn TMĐT giữa các nhóm DNNVV, đặc biệt là theo quy mô doanh nghiệp, ngành nghề hay thời gian hoạt động. Việc bổ sung phân tích này sẽ giúp hiểu rõ hơn những yếu tố ảnh hưởng đến mức độ sẵn sàng của các nhóm doanh nghiệp khác nhau. Cuối cùng, nghiên cứu chưa đề cập đến một số yếu tố quan trọng khác góp phần định hình mức độ sẵn sàng tham gia sàn TMĐT, chẳng hạn như yếu tố văn hóa doanh nghiệp hay mức độ sẵn sàng thay đổi của tổ chức. Do đó, các nghiên cứu trong tương lai có thể mở rộng và bổ sung thêm những yếu tố này để có cái nhìn toàn diện và sâu sắc hơn.

Tài liệu tham khảo

- Bộ Công thương Việt Nam. (2025). *Tỷ trọng về thương mại điện tử chiếm 2/3 giá trị của nền kinh tế số Việt Nam*. Truy cập lần cuối ngày 15 tháng 02 năm 2025, từ <https://moit.gov.vn/tin-tuc/hoat-dong/hoat-dong-cua-cac-don-vi/cuc-thuong-mai-dien-tu-va-kinh-te-so-to-chuc-hoi-nghi-tong-ket-cong-tac-nam-2024-va-trien-khai-nhiem-vu-nam-2025.html>
- Bộ Kế hoạch và Đầu tư. (2024). *Sách trắng doanh nghiệp Việt Nam 2024*. Nhà xuất bản thống kê.
- Browne, M. W., & Cudeck, R. (1993). Alternative ways of assessing model fit. In K. A. B. J. S. Long (Ed.), *Testing structural equation models*. Sage.
- Cano, J. A., Londoño-Pineda, A., Castro, M. F., Paz, H. B., Rodas, C., & Arias, T. (2022). A bibliometric analysis and systematic review on e-marketplaces, open innovation, and sustainability. *Sustainability*, 14(9), 5456.
- Depietro, R. , Wiarda, E. , Fleischer, M. , 1990. The context for change: Organization, technology and environment. In: Tornatzky, L.G., Fleischer, M. (Eds.), *The Processes of Technological Innovation*. Lexington Books, Lexington, MA, pp. 151–175.

- DeVellis, R. F., & Thorpe, C. T. (2021). *Scale development: Theory and applications*. Sage publications.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Babin, B. J., & Black, W. C. (2019). *Multivariate data analysis* (8th ed.). Cengage Learning EMEA.
- Hu, L. t., & Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural equation modeling: a multidisciplinary journal*, 6(1), 1-55.
- Kline, R. B. (2023). *Principles and practice of structural equation modeling*. Guilford publications.
- Lewis, B. R., Templeton, G. F., & Byrd, T. A. (2005). A methodology for construct development in MIS research. *European journal of information systems*, 14(4), 388-400.
- Loo, M. K., Ramachandran, S., & Raja Yusof, R. N. (2024). Systematic review of factors and barriers influencing e-commerce adoption among SMEs over the last decade: A TOE Framework Perspective. *Journal of the Knowledge Economy*, 1-25.
- Metric. (2025). *Báo cáo toàn cảnh Thị trường sàn bán lẻ trực tuyến 2024 & Dự báo 2025*. Truy cập lần cuối ngày 15 tháng 02 năm 2025, từ <https://metric.vn/ereport/insight/online-retail-market-in-2024-and-forecast-2025>
- Molla, A., & Licker, P. S. (2005). Perceived e-readiness factors in e-commerce adoption: An empirical investigation in a developing country. *International journal of electronic commerce*, 10(1), 83-110.
- Molla, A., Peszynski, K., & Pittayachawan, S. (2010). The use of e-business in agribusiness: investigating the influence of e-readiness and OTE factors. *Journal of Global Information Technology Management*, 13(1), 56-78.
- Nunnally, J., & Bernstein, I. (1994). *Psychometric Theory* (3rd ed.). MacGraw-Hill.
- Nguyễn Tuấn (2024a). *Thừa Thiên Huế: Đưa nông sản, đặc sản đến gần với sàn thương mại điện tử*. Truy cập lần cuối ngày 15 tháng 02 năm 2025, từ <https://thuonghiequoctgia.congthuong.vn/thua-thien-hue-dua-nong-san-dac-san-den-gan-voi-san-thuong-mai-dien-tu-362024.html>
- Nguyễn Tuấn (2024b). *Thừa Thiên Huế: Phổ biến pháp luật trong hoạt động thương mại điện tử*. Truy cập lần cuối ngày 15 tháng 02 năm 2025, từ <https://congthuong.vn/thua-thien-hue-pho-bien-phap-luat-trong-hoat-dong-thuong-mai-dien-tu-342401.html>

- Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., Lee, J.-Y., & Podsakoff, N. P. (2003). Common method biases in behavioral research: a critical review of the literature and recommended remedies. *Journal of applied psychology*, 88(5), 879.
- Shahadat, M. H., Nekomahmud, M., Ebrahimi, P., & Fekete-Farkas, M. (2023). Digital technology adoption in SMEs: what technological, environmental and organizational factors influence in emerging countries? *Global Business Review*, 1-27.
- Standing, S., Standing, C., & Love, P. E. (2010). A review of research on e-marketplaces 1997–2008. *Decision Support Systems*, 49(1), 41-51.
- Tran, H. U. T., & Nguyen, L. K. (2023). *A conceptual framework of critical factors for e-marketplace adoption by Vietnamese small and medium-sized enterprises* The 10th International Conference on Management and Business (COMB-2023), Danang.

DEVELOPING A MEASUREMENT SCALE TO ASSESS THE E-MARKETPLACE PARTICIPATION READINESS OF SMES IN HUE CITY

Tran Ha Uyen Thi, Nguyen Khac Hoan

Abstract: This study aims to develop a measurement scale to assess the e-marketplace participation readiness of small and medium-sized enterprises (SMEs) in Hue City. Based on the Technology–Organization–Environment framework and the e-Readiness model, the study proposes a measurement scale comprising three main components: (1) E-marketplace readiness, (2) Organizational readiness, and (3) Environmental readiness. A mixed-methods approach was employed, including qualitative research (expert interviews) and quantitative research (a survey of 150 SMEs in Hue using a combination of judgmental sampling and quota sampling methods). The collected data were analyzed using reliability and validity tests, such as Cronbach's alpha, exploratory factor analysis (EFA), and confirmatory factor analysis (CFA). The results indicate that the scale consists of three components with 17 observed variables, demonstrating high reliability and measurement validity. Theoretically, this study offers a novel contribution by extending the theoretical framework of technology adoption, adapting, and applying it to the context of SMEs' participation in e-marketplaces. Practically, the study provides SMEs with a framework for self-assessment of their readiness while also supporting the government, policymakers, and e-marketplaces in developing appropriate solutions to encourage SMEs participation in the digital economy.

Keywords: E-marketplaces; SMEs; Participation readiness; TOE framework; E-Readiness model.