
NHU CẦU ĐÀO TẠO NHÂN LỰC NGÀNH THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ Ở VIỆT NAM

Nguyễn Quang Huy

Viện Thương mại và Kinh tế quốc tế, Trường Đại học Kinh tế Quốc dân
Email: huyhoatuan@yahoo.com

Mã bài: JED - 237

Ngày nhận: 15/06/2021

Ngày nhận bản sửa: 01/10/2021

Ngày duyệt đăng: 13/10/2021

Tóm tắt:

Bài viết sử dụng các dữ liệu thứ cấp ở các nghiên cứu, báo cáo, bài viết đã công bố và dữ liệu sơ cấp từ phương pháp phỏng vấn với bảng hỏi được thiết kế sẵn để thu thập dữ liệu. Nội dung bảng hỏi là các vấn đề về nhu cầu đào tạo nhân lực ngành thương mại điện tử. Nghiên cứu sử dụng phương pháp thống kê mô tả, phân tích, tổng hợp để phân tích đánh giá nhu cầu nhân lực và nhu cầu đào tạo nhân lực ngành thương mại điện tử ở Việt Nam hiện nay. Kết quả cho thấy các vị trí công việc, các kiến thức, các kỹ năng cần đào tạo của nhân lực thương mại điện tử hiện nay. Trên cơ sở đó, bài viết đề xuất một số giải pháp nhằm tăng cường công tác đào tạo nhân lực ngành thương mại điện tử ở Việt Nam.

Từ khóa: Nhu cầu, đào tạo, thương mại điện tử, nhân lực, doanh nghiệp

Mã JEL: 015, L81

The needs of training human resources for the e-commerce industry in Vietnam

Abstract

This research aimed at evaluating human resource needs and human resource training needs in e-commerce today in Vietnam. The study is conducted based on secondary data, and primary data collected from interviews based on questionnaires. Then, the data was processed based on the descriptive statistics, analysis and synthesis methods. The results pointed out the training need on job positions, knowledge, and skills for current e-commerce human resources. Accordingly, some solutions are proposed to strengthen the training of human resources in the e-commerce industry in Vietnam.

Keywords: Demand, training, e-commerce, human resources, firm

JEL Codes: 015, L81

1. Giới thiệu

Theo Báo cáo Chỉ số Thương mại điện tử Việt Nam 2020, tốc độ tăng trưởng trung bình của thương mại điện tử của Việt Nam giai đoạn 2016 – 2020 khoảng 30%. Doanh thu thương mại điện tử bán lẻ hàng hoá và dịch vụ tiêu dùng tăng từ 4 tỷ USD năm 2015 lên 15 tỷ USD năm 2020. Đại dịch Covid-19 đã tác động to lớn và toàn diện tới kinh tế - xã hội của đất nước trong đó có thương mại điện tử (TMĐT). Vượt qua khó khăn nghiêm trọng bởi đại dịch, thương mại điện tử vẫn đứng vững và có bước phát triển bứt phá làm thay đổi thói quen tiêu dùng và mua sắm của người dân. Nó đòi hỏi các doanh nghiệp trở nên năng động hơn trong việc ứng dụng công nghệ thông tin (CNTT) và thay đổi bộ máy tổ chức và hoạt động kinh doanh của mình. Nhiều doanh nghiệp đã đẩy mạnh chuyển đổi số, đào tạo nguồn nhân lực (NNL), khai thác tốt các nền tảng trực tuyến trong điều hành nội bộ và kết nối với khách hàng.

Để tạo môi trường vĩ mô thuận lợi hơn nữa cho thương mại điện tử, Thủ tướng Chính phủ đã phê duyệt Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử quốc gia giai đoạn 2021 – 2025 tại Quyết định số 645/QĐ-TTg ngày 15/5/2020. Quyết định này khẳng định doanh nghiệp là lực lượng nòng cốt triển khai ứng dụng thương mại điện tử. Mục tiêu giai đoạn 2021 -2025, doanh số thương mại điện tử tăng trung bình 25%/năm và tới

năm 2025 đạt 35 tỷ USD, chiếm 10% so với tổng mức bán lẻ hàng hoá và doanh thu dịch vụ tiêu dùng, đồng thời các địa phương ngoài Hà Nội và Thành phố Hồ Chí Minh chiếm 50% giá trị giao dịch thương mại điện tử là các giao dịch từ doanh nghiệp tới khách hàng cá nhân (B2C) của toàn quốc. Tiếp đó, ngày 03/6/2020 Thủ tướng Chính phủ ban hành Quyết định số 749/QĐ-TTg phê duyệt Chương trình Chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030. Quyết định nhấn mạnh thể chế cần phải đi trước một bước khi có thể, phát triển nền tảng số là giải pháp đột phá để thúc đẩy chuyển đổi số nhanh hơn, giảm chi phí, tăng hiệu quả, mục tiêu tới năm 2025 kinh tế số chiếm 20% GDP. Tại quyết định 2289/QĐ-TTg ngày 31/12/2020 của Thủ tướng Chính phủ ban hành Chiến lược quốc gia về Cách mạng công nghiệp lần thứ tư đến năm 2030, quan điểm Chiến lược này là lấy cải cách và hoàn thiện thể chế kinh tế và bảo đảm an toàn, an ninh mạng làm tiền đề, đổi mới tư duy quản lý theo cách tiếp cận mở, tạo thuận lợi và thúc đẩy đổi mới sáng tạo.

Chìa khoá để đạt được mục tiêu phát triển thương mại điện tử ở nước ta nằm ở nguồn nhân lực thương mại điện tử. Báo cáo Chỉ số thương mại điện tử 2020 đã nhấn mạnh “*Nguồn nhân lực thương mại điện tử là yếu tố then chốt quyết định sự tăng trưởng nhanh và bền vững của thương mại điện tử Việt Nam*”. Các doanh nghiệp cần chủ động trong việc đào tạo đội ngũ nhân lực của mình. Bên cạnh đó các cơ quan quản lý nhà nước, các tổ chức xã hội nghề nghiệp và các doanh nghiệp chuyên cung cấp nền tảng trực tuyến, giải pháp công nghệ, phần mềm, dịch vụ đào tạo, các trường đào tạo nhân lực thương mại điện tử... cũng đóng vai trò quan trọng.

2. Cơ sở lý thuyết về nhu cầu đào tạo nhân lực ngành thương mại điện tử

2.1. Khái niệm về nhu cầu đào tạo nhân lực thương mại điện tử

Khi sản xuất kinh doanh phát triển các doanh nghiệp đòi hỏi cần bổ sung thêm nguồn nhân lực và nguồn vật lực, và như vậy nhu cầu nguồn nhân lực sẽ tăng, kéo theo nhu cầu đào tạo phát triển nguồn nhân lực cũng tăng theo.

Nhu cầu đào tạo nguồn nhân lực có thể được xem như là khoảng cách giữa nhu cầu thực tế về số lượng và chất lượng nhân lực mà các tổ chức cần so với số lượng và chất lượng nhân lực mà các tổ chức đang có (Nguyễn Thị Minh An, 2018).

Nhu cầu đào tạo nguồn nhân lực thương mại điện tử có thể được hiểu là khoảng cách giữa nhu cầu thực tế về số lượng và chất lượng nhân lực thương mại điện tử mà các tổ chức cần so với số lượng và chất lượng nhân lực thương mại điện tử mà các tổ chức hiện đang có. Như vậy để xác định nhu cầu đào tạo nhân lực ngành thương mại điện tử của Việt Nam, chúng ta cần xác định, phân tích đánh giá tình hình nhân lực ngành thương mại điện tử của Việt Nam cả về số lượng và chất lượng. Số lượng ở đây thể hiện là cần bao nhiêu người, cơ cấu nhân lực như thế nào. Chất lượng nhân lực ở đây thể hiện ở trình độ chuyên môn, năng lực hoàn thành công việc, kỹ năng nghề nghiệp, kỹ năng làm việc.

2.2. Yêu cầu đối với nhân lực ngành thương mại điện tử

Hội nhập vào nền kinh tế toàn cầu, Việt Nam được tiếp cận với nền công nghiệp mới, hiện đại, nền kinh tế tri thức của các nước phát triển. Tuy nhiên, khoảng trống lớn về nhân lực có kiến thức thương mại điện tử là khó khăn cho doanh nghiệp khi giao dịch thương mại với nước ngoài. Nhân lực thương mại điện tử có đủ năng lực sẽ là một lợi thế để nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp vừa và nhỏ. Ngược lại, sẽ trở thành rào cản cho các doanh nghiệp tham gia hội nhập kinh tế quốc tế. Vì thế, đào tạo nguồn nhân lực có chất lượng cao, có khả năng quản lý các hoạt động liên quan đến thương mại điện tử là một nhu cầu cấp bách trong giai đoạn hiện nay. Kinh doanh trong môi trường thương mại quốc tế đòi hỏi không chỉ am hiểu về nghiệp vụ kinh doanh quốc tế, nắm vững luật pháp kinh doanh quốc tế mà còn phải biết tận dụng những thành tựu của công nghệ thông tin và truyền thông để tăng hiệu quả, giảm chi phí, nâng cao vị thế cạnh tranh của doanh nghiệp.

Nguồn nhân lực cho thương mại điện tử cần đáp ứng yêu cầu cao về chuyên môn:

Thứ nhất, thương mại điện tử là các hoạt động thương mại được tiến hành trong môi trường điện tử và dựa trên những quy định, những nguyên tắc và yêu cầu riêng (về giao dịch, về thanh toán, về an toàn, về hệ thống luật pháp, về khiếu nại tranh chấp...). Điều này đòi hỏi những người lao động trực tiếp và những người quản lý kinh doanh phải hiểu rõ các thao tác kỹ thuật, những quy định và nguyên tắc thực hiện kinh doanh trực tuyến.

Thứ hai, nền tảng của thương mại điện tử là công nghệ thông tin. Các hoạt động thương mại điện tử được thực

hiện trên cơ sở ứng dụng các thành tựu công nghệ thông tin như các kỹ thuật truyền dẫn thông tin, hệ thống địa chỉ và tên miền, kỹ thuật kết nối, các trang tin để tiến hành các giao dịch thương mại. Hơn nữa, các công nghệ ứng dụng trong thương mại điện tử phát triển với tốc độ vô cùng nhanh chóng, các công nghệ mới thường xuyên ra đời thay thế cho công nghệ hiện tại. Do vậy, những người làm thương mại điện tử cần phải nắm vững những vấn đề liên quan đến thương mại và công nghệ thông tin để có thể vận dụng thành thạo các ứng dụng công nghệ thông tin khi tiến hành các giao dịch thương mại điện tử, đồng thời phải thường xuyên cập nhật những công nghệ mới.

Thứ ba, thương mại điện tử là một bộ phận quan trọng của nền kinh tế tri thức. Do đó, nhân lực thương mại điện tử, đều là những đối tượng lao động có hàm lượng tri thức cao. Họ cần được tiến hành đào tạo có hệ thống, trải qua các trình độ từ cơ bản đến chuyên sâu tương ứng với từng vị trí, từng nhiệm vụ và theo từng chuyên ngành cụ thể.

Thứ tư, nhân lực làm việc trong ngành thương mại điện tử cũng cần phải có khả năng làm việc nhóm, phải tuân thủ các nội quy, quy chế tại nơi làm việc, phải có khả năng giao tiếp tốt bằng tiếng Anh,...

Thương mại điện tử là công cụ, là phương tiện góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp và nền kinh tế các quốc gia trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế. Phạm vi ứng dụng của thương mại điện tử rộng lớn, nó xâm nhập vào tất cả các lĩnh vực hoạt động kinh tế - xã hội. Thương mại điện tử là một lĩnh vực liên ngành, kết hợp chặt chẽ giữa công nghệ thông tin - truyền thông và kinh tế - quản trị kinh doanh, thương mại, kinh doanh quốc tế. Chính vì vậy, nhân lực làm việc trong lĩnh vực thương mại điện tử cần phải có kiến thức và kỹ năng về công nghệ thông tin, quản trị kinh doanh, và kinh doanh quốc tế,...

2.3. Nội dung về nhu cầu đào tạo nhân lực ngành thương mại điện tử của Việt Nam

Nội dung cơ bản về nhu cầu đào tạo và phát triển nhân lực ngành thương mại điện tử của Việt Nam gồm:

(i) Xác định nhu cầu nhân lực thương mại điện tử: cần xác định được quy mô, cơ cấu, các kỹ năng nghề nghiệp cần thiết của nhân lực thương mại điện tử Việt Nam trong bối cảnh và yêu cầu phát triển của ngành thương mại điện tử Việt Nam

(ii) Phân tích tình hình nhân lực ngành thương mại điện tử ở Việt Nam hiện nay: xác định quy mô, cơ cấu, mức độ đáp ứng công việc, mức độ thiếu hụt về số lượng và chất lượng nguồn nhân lực thương mại điện tử của Việt Nam hiện nay.

(iii) Xác định nhu cầu đào tạo nhân lực ngành thương mại điện tử của Việt Nam như: Nhu cầu đào tạo theo các vị trí công việc liên quan đến thương mại điện tử; Nhu cầu đào tạo nhân lực thương mại điện tử trong tương lai của doanh nghiệp Việt Nam; Các kỹ năng cần phải có để có thể làm việc tốt trong lĩnh vực thương mại điện tử; Để làm việc trong các doanh nghiệp người làm việc trong lĩnh vực thương mại điện tử cần phải có thái độ làm việc như thế nào;

(iv) Các yêu cầu đặt ra đối với hoạt động đào tạo và phát triển nhân lực ngành thương mại điện tử như: Đối với cơ quan quản lý nhà nước; Các cơ sở đào tạo và với các doanh nghiệp thương mại điện tử.

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Thu thập dữ liệu

Số liệu thứ cấp được thu thập từ các báo cáo tổng kết hàng năm của Bộ Công Thương về thương mại điện tử Việt Nam trong giai đoạn từ 2017 đến 2021, các tài liệu của Hiệp hội doanh nghiệp thương mại điện tử Việt Nam, các sách, báo và các nguồn khác từ những công trình nghiên cứu đã được công bố.

Số liệu sơ cấp được thu thập thông qua điều tra xã hội học với phương pháp phỏng vấn trực tiếp bằng bảng hỏi được thiết kế sẵn. Nội dung bảng hỏi là những vấn đề liên quan đến nhu cầu nhân lực thương mại điện tử, nhu cầu đào tạo nhân lực thương mại điện tử. Đối tượng hỏi đáp là các doanh nghiệp có hoạt động thương mại điện tử ở Việt Nam, người trả lời phỏng vấn trực tiếp là những người phụ trách hoạt động thương mại điện tử tại các doanh nghiệp. Mẫu khảo sát được lấy theo tiêu chí ngẫu nhiên với cỡ mẫu hỏi đáp là 200. Mẫu được lấy theo cơ cấu 90% là doanh nghiệp vừa và nhỏ có quy mô dưới 300 lao động và 10% là doanh nghiệp có quy mô trên 300 lao động, trong đó doanh nghiệp thương mại dịch vụ chiếm 32%; giáo dục, y tế, truyền thông 15%; doanh nghiệp sản xuất, xây lắp chiếm 25%; doanh nghiệp giao thông vận tải, kho bãi chiếm 11%; tài chính ngân hàng, du lịch khách sạn chiếm 14%; doanh nghiệp khác chiếm 3%. Địa bàn khảo sát tập trung ở Hà Nội, Lạng Sơn và Bắc Giang đại diện cho địa phương đứng đầu, đứng top giữa và cuối về Chỉ số nguồn nhân lực và hạ tầng công nghệ thông tin trong cả nước năm 2020 (Hiệp hội Thương mại

điện tử Việt Nam, 2020).

3.2. Xử lý dữ liệu

Bài viết sử dụng tổng hợp các phương pháp thống kê mô tả, thông kê phân tích kết hợp các phương pháp so sánh, phân tích và tổng hợp, suy diễn và quy nạp để phân tích và đánh giá, nhận định về thực trạng nhu cầu nhân lực và nhu cầu đào tạo ngành thương mại điện tử Việt Nam.

4. Kết quả nghiên cứu nhu cầu đào tạo nhân lực ngành thương mại điện tử của Việt Nam

4.1. Nhu cầu nhân lực ngành thương mại điện tử ở Việt Nam hiện nay

Hiện nay, các vị trí liên quan đến thương mại điện tử chiếm gần 4,9% trong tổng số nhu cầu trên Vietnamworks.com. Trong khi đó, tỷ lệ tuyển dụng trong các ngành nghề “lúc nào cũng cần” như bán hàng cũng chỉ chiếm 17,5%, marketing 12,5%, kế toán và kiểm toán 7,8%. Như vậy, dù chỉ mới bắt đầu phát triển nhưng nhu cầu về nhân lực thương mại điện tử giữ tỷ trọng không nhỏ trên thị trường tuyển dụng và đang có xu hướng gia tăng.

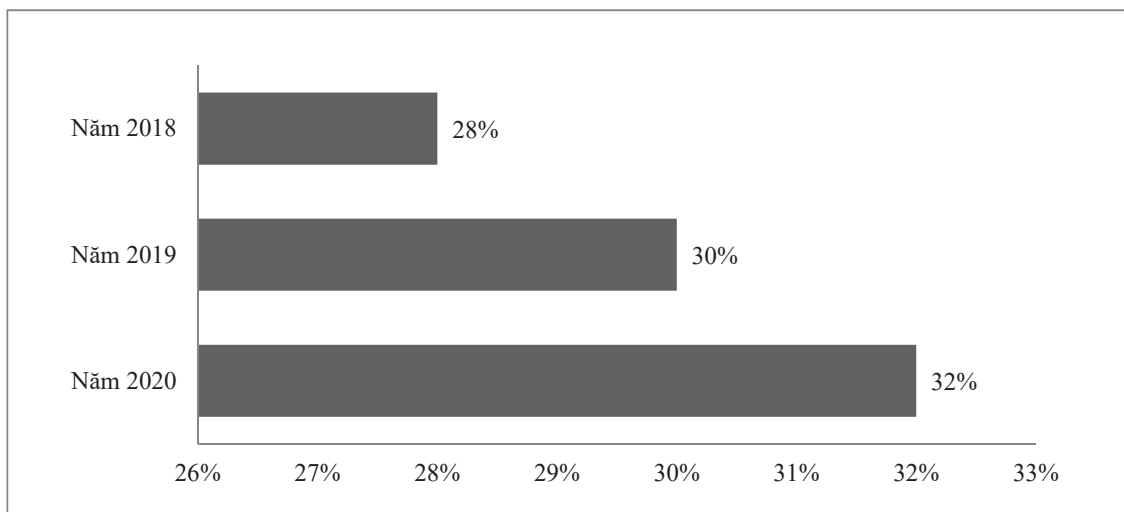
Các doanh nghiệp Việt Nam đang chủ động muốn tiếp cận nhà nhập khẩu nước ngoài thông qua thương mại điện tử. Đã có 200.000 doanh nghiệp Việt Nam trở thành viên của Alibaba.com, cao hơn nhiều so với một số nước trên thế giới tham gia bán hàng qua dịch vụ trực tuyến của tập đoàn này. Một yếu tố nữa khiến nhu cầu nhân lực thương mại điện tử tăng cao là tỷ lệ sử dụng internet tại Việt Nam tăng trưởng rất nhanh (Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam, 2020).

Trên thực tế, các doanh nghiệp tìm kiếm ứng viên chuyên về thương mại điện tử đang tăng mạnh. Vào Google, gõ cụm từ “nhân viên bán hàng online”, chỉ trong vòng 0,14 giây sẽ hiện lên 18,3 triệu thông tin cần tuyển nhân viên bán hàng trực tuyến của các doanh nghiệp. Trên rất nhiều trang tìm việc trực tuyến như vietnamworks.com, timviecnhanh.com, jobs.vn, chonviec.com, careerlink.vn..., các thông tin tìm kiếm chuyên viên về thương mại điện tử đăng tải khá nhiều.

Nhu cầu đang tăng cao nhưng vấn đề đào tạo lại là một thách thức lớn cho ngành này. Theo kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử giai đoạn 2021-2025, Bộ Kế hoạch và Đầu tư đặt mục tiêu trên 100% doanh nghiệp có trang thông tin điện tử, cập nhật thường xuyên thông tin hoạt động và quảng bá sản phẩm của doanh nghiệp. Nhưng để thực hiện được điều này, mỗi doanh nghiệp cần ít nhất một kỹ thuật viên thương mại điện tử và với cả nước có khoảng 714.000 doanh nghiệp đang hoạt động như vậy. Để phục vụ cho hoạt động cho doanh nghiệp cũng như đáp ứng được nhu cầu phát triển thương mại điện tử, cả nước cần phải có khoảng 620.000 kỹ thuật viên (Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam, 2020).

4.2. Tình hình nhân lực ngành thương mại điện tử ở Việt Nam hiện nay

Hình 1: Tỷ lệ doanh nghiệp gặp khó khăn khi tuyển dụng lao động ngành thương mại điện tử



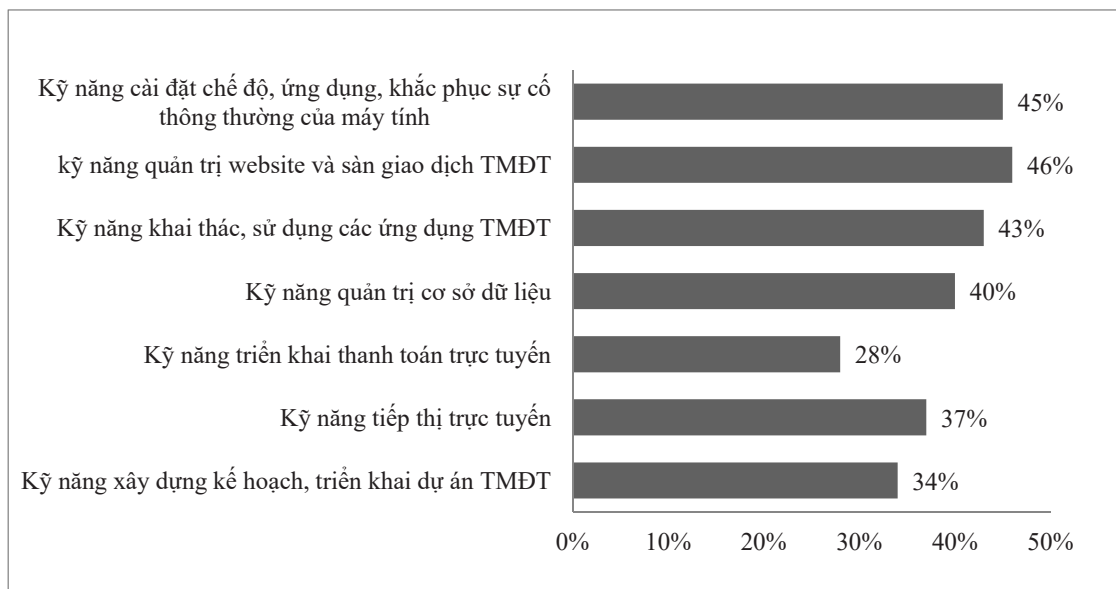
Nguồn: Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam (2021).

Với tình hình đào tạo của nước ta thì mức cung không đủ để đáp ứng nhu cầu của thị trường tuyển dụng. Hình 1 cho thấy năm 2018 có 28% doanh nghiệp được hỏi cho biết mình gặp khó khăn trong việc tuyển dụng

lao động trong lĩnh vực thương mại điện tử, tỷ lệ này đã tăng lên tới 32% vào năm 2020.

Hiện nay, cả nước có trên 90 cơ sở đào tạo đại học, cao đẳng ngành thương mại điện tử, và đào tạo bồi dưỡng, nhưng số lượng sinh viên được đào tạo thương mại điện tử tốt nghiệp hàng năm khoảng 10.000 người, chỉ đáp ứng được 30 - 40% nhu cầu nhân lực tăng thêm của ngành hàng năm. Chính vì vậy, để có nhân lực làm việc trong lĩnh vực thương mại điện tử, các doanh nghiệp đã sử dụng các biện pháp ngắn hạn đào tạo thêm các kiến thức, kỹ năng ngành thương mại điện tử cho những lao động ngành khác để có thể đảm đương các công việc liên quan đến thương mại điện tử.

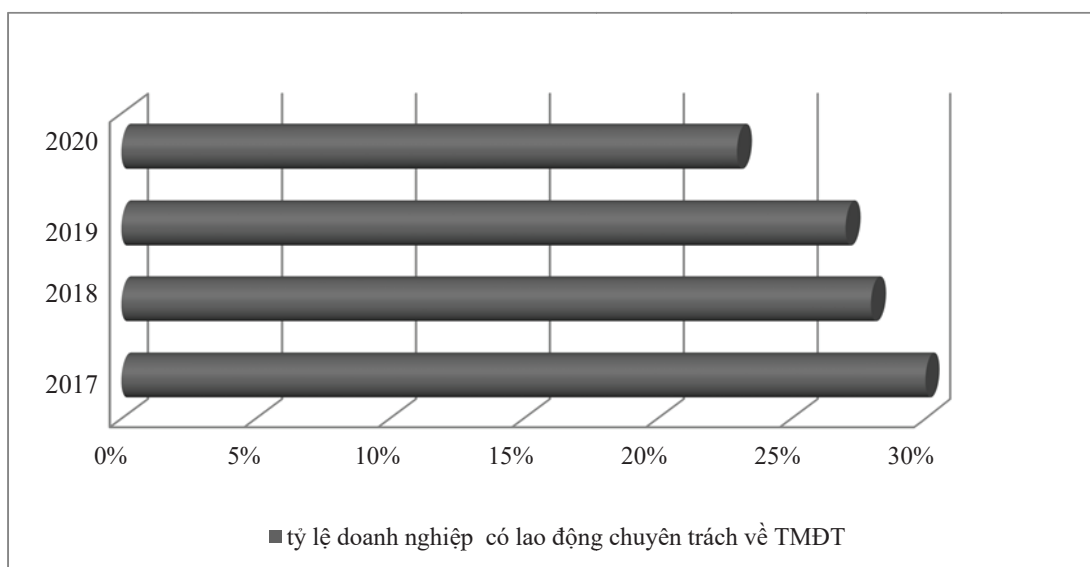
Hình 2: Tỷ lệ doanh nghiệp gặp khó khăn khi tuyển dụng lao động cho các nhóm kỹ năng thương mại điện tử



Nguồn: Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam (2021).

Để đáp ứng nhu cầu nhân lực ngành thương mại điện tử của Việt Nam, các trường đại học, cao đẳng cần phải chú trọng phát triển đào tạo sinh viên ngành thương mại điện tử cả về số lượng và các kiến thức kỹ năng như: kinh tế, kinh doanh, quản trị, marketing, công nghệ thông tin, hệ thống thông tin, luật .v.v.

Hình 3: Doanh nghiệp có lao động chuyên trách về thương mại điện tử



Nguồn: Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam (2021)

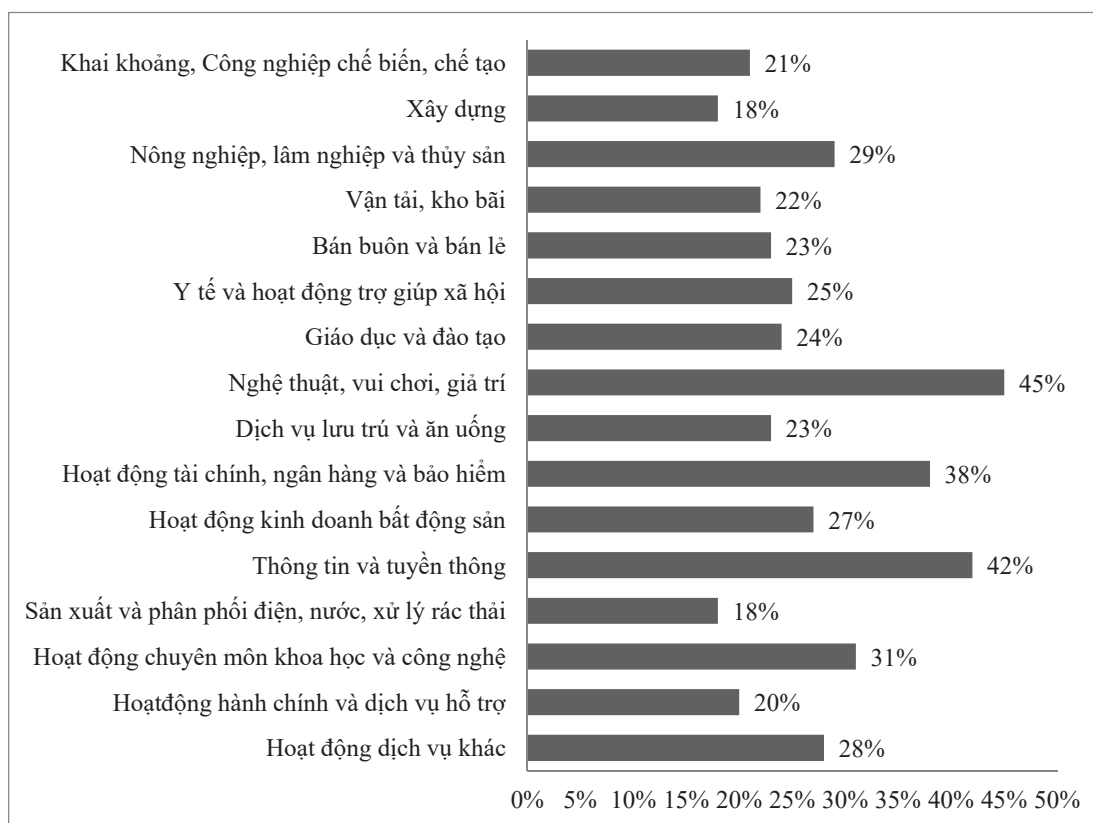
Hiện nay, doanh nghiệp gặp khó khăn khi tuyển dụng lao động có kỹ năng về thương mại điện tử và công nghệ thông tin ngày càng tăng. Việc đào tạo nguồn nhân lực cho lĩnh vực này cả theo hình thức chính quy và không chính quy đều là những vấn đề lớn cần được quan tâm thích đáng.

Kỹ năng quản trị website và sàn giao dịch thương mại điện tử vẫn là kỹ năng được doanh nghiệp quan tâm nhiều nhất, 46% doanh nghiệp được hỏi cho biết họ gặp khó khăn khi cần tuyển dụng lao động có kỹ năng này (Hình 2).

Nguồn nhân lực thương mại điện tử và đặc biệt nguồn nhân lực chất lượng cao luôn là vấn đề lớn gây cản trở cho quá trình phát triển thương mại điện tử trong nước. Năm 2020 kết quả khảo sát của báo cáo chỉ số thương mại điện tử 2021 cho thấy tỷ lệ doanh nghiệp có lao động chuyên trách về thương mại điện tử lại giảm nhiều so với các năm trước, một phần cũng do tác động lớn của đại dịch Covid 19 và áp lực về tài chính nên việc cắt giảm biên chế và kiêm nhiệm nhiều vai trò được các công ty triển khai để duy trì hoạt động trong giai đoạn khó khăn.

Xét về quy mô doanh nghiệp, thì nhóm các doanh nghiệp vừa và nhỏ (SME) có tỷ lệ lao động chuyên trách cho thương mại điện tử là 21%, chỉ bằng một nửa so với nhóm các doanh nghiệp lớn, các doanh nghiệp có quy mô lớn tỷ lệ này là 41% (Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam, 2021).

Hình 4: tỷ lệ lao động chuyên trách về TMDT phân theo lĩnh vực kinh doanh



Nguồn: Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam (2021).

Hình 4 cho thấy lĩnh vực nghệ thuật - vui chơi - giải trí và thông tin - truyền thông là hai lĩnh vực có tỷ lệ lao động chuyên trách về thương mại điện tử cao nhất, chiếm lần lượt là 45% và 42% trên tổng số doanh nghiệp tham gia khảo sát trong cùng lĩnh vực kinh doanh. Tiếp theo sau đó là lĩnh vực hoạt động tài chính - ngân hàng - bảo hiểm (38%) và hoạt động chuyên môn - khoa học - công nghệ (31%).

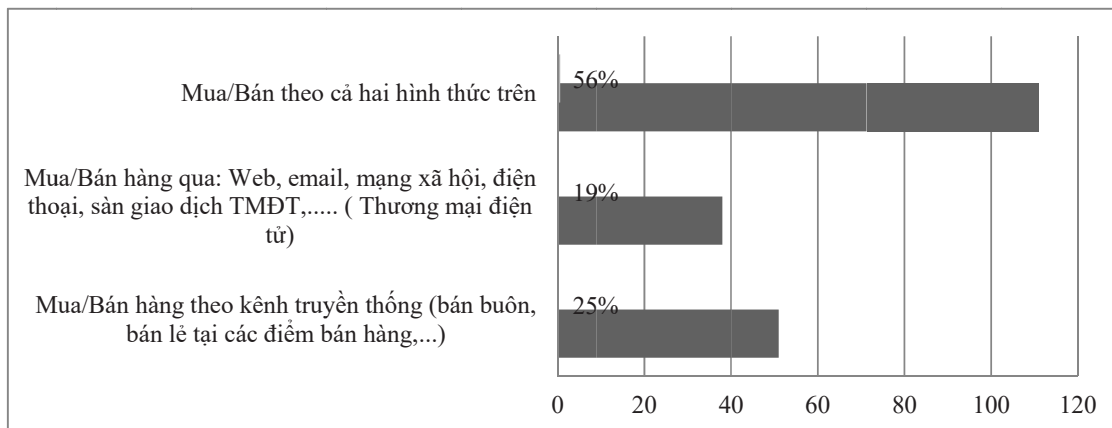
4.3. Nhu cầu đào tạo nhân lực ngành thương mại điện tử ở Việt Nam

Việc xác định nhu cầu đào tạo nhân lực ngành thương mại điện tử của Việt Nam như: các vị trí công việc liên quan đến thương mại điện tử; Nhu cầu nhân lực thương mại điện tử trong tương lai của doanh nghiệp Việt Nam; Các kỹ năng cần phải có để có thể làm việc tốt trong lĩnh vực thương mại điện tử; Để làm việc

trong các doanh nghiệp người làm việc trong lĩnh vực thương mại điện tử cần phải có thái độ làm việc như thế nào; các yêu cầu đặt ra đối với các cơ sở đào tạo nhân lực đào tạo ngành thương mại điện tử. Thông qua kết quả khảo sát nhu cầu đào tạo nhân lực ngành thương mại điện tử cho thấy:

(i) *Mức độ quan tâm tới hoạt động thương mại điện tử của các doanh nghiệp Việt Nam*

Hình 5: Hình thức bán hàng các doanh nghiệp đang thực hiện

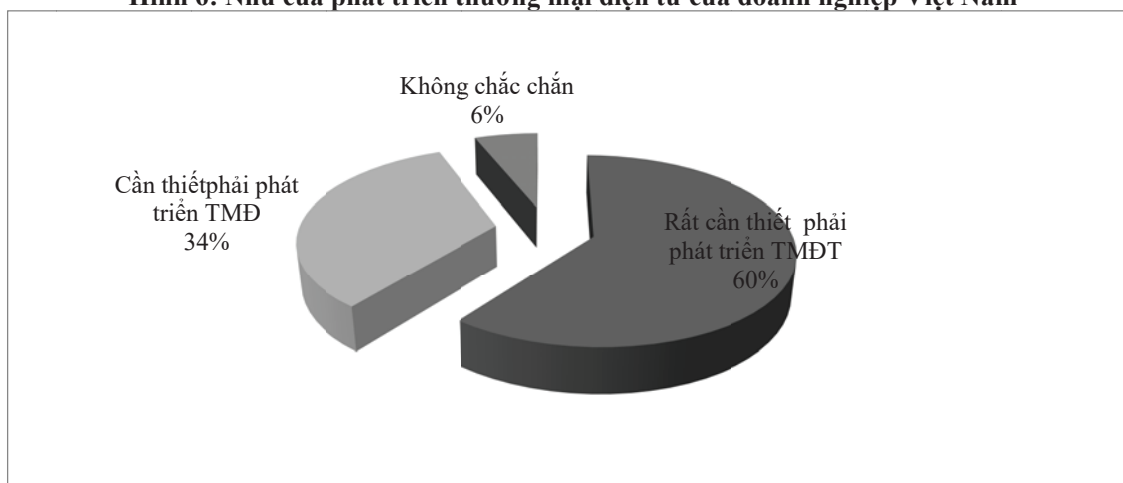


Nguồn: Khảo sát của tác giả.

Theo kết quả khảo sát thì 25% doanh nghiệp hiện nay đang thực hiện bán hàng theo kênh truyền thống; 19% doanh nghiệp trả lời hỏi đáp chọn bán hàng trực tuyến và 56% hỏi đáp trả lời doanh nghiệp mình sử dụng tổng hợp cả hai hình thức bán hàng. Theo mẫu điều tra thì có tới 75% các doanh nghiệp hiện nay đang thực hiện hoạt động bán hàng qua kênh điện tử. Và trong xu thế cách mạng công nghệ 4.0 thì bán hàng online ngày càng trở nên chiếm ưu thế.

(ii) *Nhu cầu nhân lực thương mại điện tử của các doanh nghiệp Việt Nam*

Hình 6: Nhu cầu của phát triển thương mại điện tử của doanh nghiệp Việt Nam

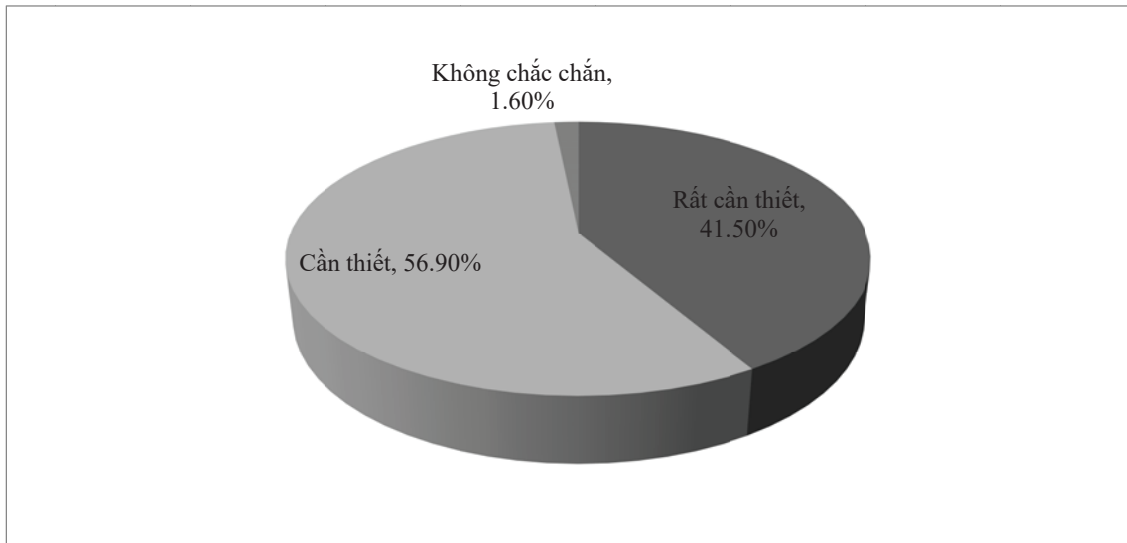


Nguồn: Khảo sát của tác giả

Với câu hỏi “Nhu cầu nhân lực thương mại điện tử trong tương lai của doanh nghiệp Ông/Bà như thế nào?” kết quả hỏi đáp là 41,5% doanh nghiệp trong mẫu khảo sát trả lời là rất cần thiết, 56,9% doanh nghiệp được hỏi trả lời là cần thiết và chỉ có 1,6% doanh nghiệp được hỏi trả lời là không chắc chắn.

Kết quả này cho thấy các doanh nghiệp Việt Nam đã nhận thức và mong muốn ứng dụng các công cụ điện tử, phần mềm, internet, mạng xã hội,... vào kinh doanh để có thể phát huy các lợi thế của doanh nghiệp mình. Qua đây cũng thấy nhu cầu nhân lực ngành thương mại điện tử ở Việt Nam là rất lớn. Và hầu hết các doanh nghiệp dù là doanh nghiệp lớn, nhỏ đều cần nhân lực ngành thương mại điện tử.

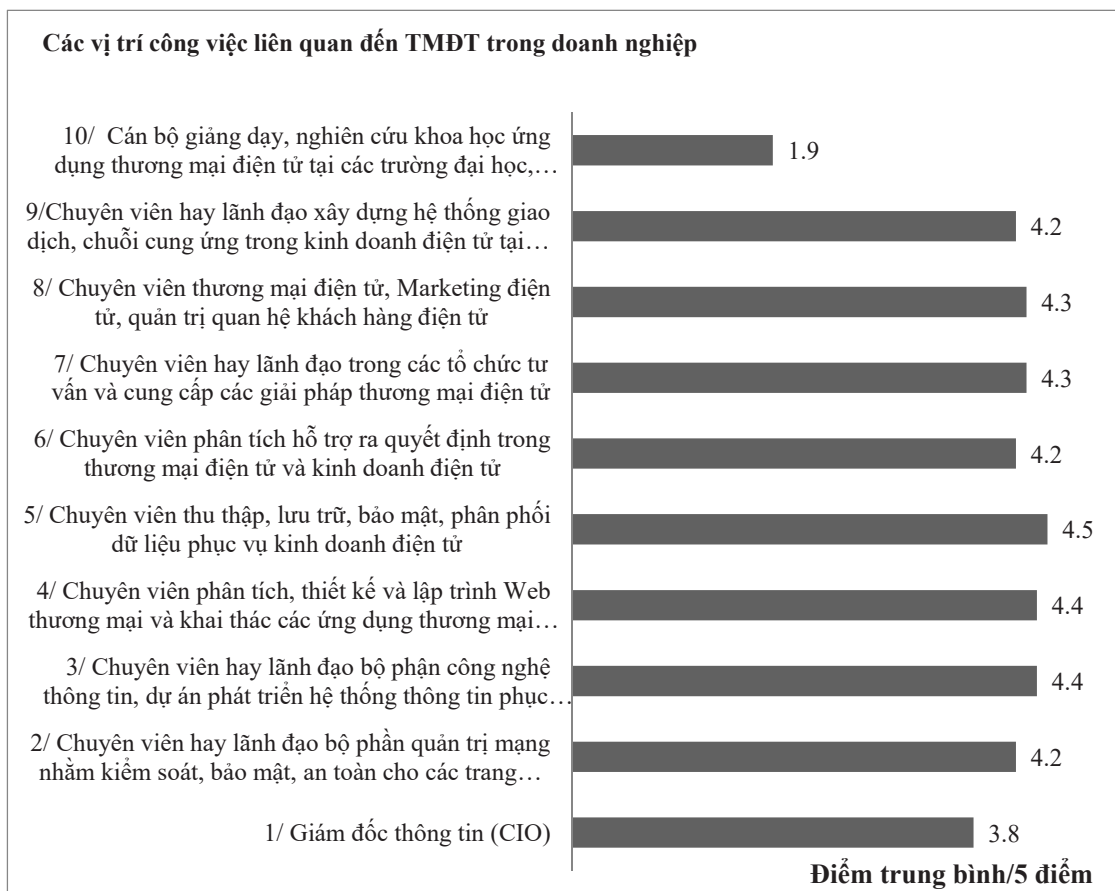
Hình 7: Nhu cầu nhân lực thương mại điện tử của doanh nghiệp Việt Nam



Nguồn: Khảo sát của tác giả.

Hiện Việt Nam có khoảng 714.000 doanh nghiệp đang hoạt động và mỗi doanh nghiệp chỉ cần tuyển dụng thêm 1 lao động làm việc trong lĩnh vực thương mại điện tử, thì số lao động cần đào tạo của ngành thương mại điện tử *đáp ứng cho thị trường lao động tối thiểu là $714.000 * 98,4\% = 702.576$ lao động.* Hiện

Hình 8: Mức độ cần thiết của các vị trí công việc liên quan đến thương mại điện tử trong doanh nghiệp



Nguồn: Khảo sát của tác giả.

nay, năng lực đào tạo hàng năm của các cơ sở đào tạo nhân lực ngành thương mại điện tử trên cả nước chỉ khoảng 8000 lao động (Bộ Công thương, 2019). Nhu cầu đào tạo nhân lực thương mại điện tử của Việt Nam hiện nay là rất lớn, đòi hỏi các bộ, ban ngành, các địa phương và các cơ sở đào tạo có giải pháp tăng cường đào tạo nhân lực thương mại điện tử *đáp ứng được cả về số lượng và chất lượng*.

(iii) *Nhu cầu đào tạo theo các vị trí công việc liên quan đến thương mại điện tử trong doanh nghiệp*

Theo kết quả hồi đáp, thì điểm trung bình đánh giá mức độ cần thiết được thể hiện tại Hình 8. Qua kết quả khảo sát cho thấy ở doanh nghiệp có nhiều vị trí công việc mà những người được đào tạo trong lĩnh vực thương mại điện tử có thể làm việc, từ nhân viên bán hàng, nhân viên marketing, nhân viên nghiên cứu thị trường, quản trị dữ liệu, quản trị web, quản trị bán hàng, nhân viên tư vấn bán hàng và chăm sóc khách hàng,...cho tới phát triển web, phát triển hệ thống bán hàng, phát triển khách hàng, quản lý thông tin, quản lý bán hàng,...

(iv) *Nhu cầu đào tạo về các kiến thức, kỹ năng của nhân lực thương mại điện tử*

Kết quả hồi đáp cho thấy điểm trung bình trung từng kỹ năng, kiến thức cần được đào tạo cho nhân lực thương mại điện tử được tập hợp tại (Bảng 1).

Bảng 1: Các kỹ năng, kiến thức cần được đào tạo cho nhân lực thương mại điện tử và mức độ quan trọng của các kỹ năng

Các kỹ năng		Điểm TB
1	Phân tích thiết kế hệ thống thương mại điện tử của một tổ chức, doanh nghiệp	4.46
2	Xây dựng, phát triển và quản trị website thương mại điện tử của một doanh nghiệp	4.54
3	Thiết lập và vận hành hệ thống bảo mật, bảo đảm hoạt động an toàn mạng và thanh toán trực tuyến các dịch vụ thương mại điện tử	4.46
4	Lập, thẩm định và tổ chức thực hiện các kế hoạch kinh doanh thương mại điện tử như: phân tích đánh giá thị trường, xây dựng và thiết lập hệ thống thương mại điện tử, mua hàng, tồn kho, bán hàng,...	4.41
5	Lập, thẩm định và tổ chức thực hiện các chiến lược kinh doanh và các dự án thương mại điện tử trong doanh nghiệp	4.24
6	Xây dựng, phát triển và quản trị các sản phẩm giao dịch thương mại điện tử.	3.89
7	Khai thác, vận hành và sử dụng công nghệ mới trong thương mại điện tử	4.28
8	Sử dụng các công cụ Digital Marketing để giới thiệu sản phẩm, dịch vụ và quảng bá hình ảnh, phát triển khách hàng,.... của doanh nghiệp	4.32
9	Giải quyết các vấn đề phát sinh trong hoạt động thương mại điện tử như: Thanh toán, giao hàng, bảo mật, pháp lý, an toàn thông tin trong giao dịch thương mại điện tử,....	4.20
10	Đánh giá, đo lường hiệu quả của các hoạt động thương mại điện tử trong doanh nghiệp	4.31
11	Sử dụng thành thạo các phần mềm ứng dụng công nghệ thông tin trong kinh doanh và kinh doanh thương mại điện tử.	4.29
12	Sử dụng tiếng Anh trong giao tiếp, học thuật và nghiên cứu khoa học ở mức độ tối thiểu B1 khung châu Âu	4.08
13	Kỹ năng làm việc với con người, giao tiếp, đàm phán, làm việc nhóm	4.16
14	Kỹ năng tư duy, phân tích và giải quyết vấn đề	4.10
15	Kỹ năng quản lý thời gian hiệu quả	4.36

Nguồn: Khảo sát của tác giả.

Các kỹ năng 1 tới kỹ năng 11 là các kỹ năng chuyên môn gắn liền với ngành thương mại điện tử. Các kỹ năng 12-15 là các kỹ năng mềm hỗ trợ cho người làm việc trong lĩnh vực thương mại điện tử. Những số liệu thu thập qua mẫu khảo sát cho thấy các kỹ năng nghề nghiệp như: (7) Khai thác, vận hành và sử dụng công nghệ mới trong thương mại điện tử; (8) Sử dụng các công cụ Digital Marketing để giới thiệu sản phẩm, dịch vụ và quảng bá hình ảnh, phát triển khách hàng,.... của doanh nghiệp; (9) Giải quyết các vấn đề phát sinh trong hoạt động thương mại điện tử như: thanh toán, giao hàng, bảo mật, pháp lý, an toàn thông tin trong giao dịch thương mại điện tử,..; (11) Sử dụng thành thạo các phần mềm ứng dụng công nghệ thông tin trong kinh doanh và kinh doanh thương mại điện tử. Các kỹ năng mềm như: (13) Kỹ năng làm việc với con người,

giao tiếp, đàm phán, làm việc nhóm; (14) Kỹ năng tư duy, phân tích và giải quyết vấn đề; (15) Kỹ năng quản lý thời gian hiệu quả; (12) Sử dụng tiếng Anh trong giao tiếp, học thuật và nghiên cứu khoa học ở mức độ tối thiểu B1 khung châu Âu. Các kỹ năng nghề nghiệp khác cũng rất quan trọng nhưng vẫn có một số hỏi đáp trả lời là bình thường, theo số liệu tập hợp trả lời như vậy tập trung vào các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Còn kỹ năng (6) Xây dựng, phát triển và quản trị các sàn giao dịch thương mại điện tử, có 3 hỏi đáp trả lời là rất không cần thiết; 13 hỏi đáp trả lời là không cần thiết; 38 trả lời là bình thường; 78 trả lời là cần thiết; 51 hỏi đáp trả lời là rất cần thiết.

Với những thông tin hỏi đáp từ mẫu nghiên cứu, cung cấp thêm thông tin để các cơ sở đào tạo xây dựng chương trình đào tạo nhân lực ngành thương mại điện tử cho phù hợp với nhu cầu thực tiễn về nhân lực thương mại điện tử của doanh nghiệp.

5. Một số giải pháp nhằm tăng cường đào tạo nhân lực thương mại điện tử ở Việt Nam

Đào tạo đáp ứng nhu cầu nguồn nhân lực cả về số lượng và chất lượng của ngành thương mại điện tử ở Việt Nam là vấn đề cấp thiết, phải được sự quan tâm, trú trọng của toàn bộ xã hội, phải bảo đảm tính đồng bộ, thống nhất giữa đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin, Internet, số hóa với đào tạo phát triển nguồn nhân lực. Việc đào tạo nhân lực thương mại điện tử có đủ số lượng và đủ về các kiến thức, kỹ năng đáp ứng yêu cầu làm việc trong lĩnh vực thương mại điện tử cần có sự tham gia của các cơ quan quản lý nhà nước từ trung ương đến địa phương, có sự tham gia của hiệp hội nghề nghiệp, các công ty cung cấp dịch vụ đào tạo, và của các cơ sở đào tạo đại học, đào tạo nghề cùng với sự chủ động, tích cực của các doanh nghiệp.

5.1. Đối với cơ quan quản lý nhà nước

Các cơ quan quản lý nhà nước ở cấp Bộ như Bộ Công Thương, Bộ Thông tin và Truyền thông, Bộ Giáo dục và Đào tạo có vai trò xây dựng các chính sách hỗ trợ hoạt động phát triển nguồn nhân lực thương mại điện tử trên phạm vi quốc gia. Tại các địa phương, đơn vị có chức năng tham mưu cho Ủy ban Nhân dân tỉnh là Sở Công Thương có trách nhiệm trực tiếp trong việc phát triển nguồn nhân lực thương mại điện tử trên địa bàn quản lý. Cụ thể là Sở Công Thương cần nhanh chóng xây dựng kế hoạch phát triển thương mại điện tử giai đoạn 2021 – 2025 trình Ủy ban Nhân dân tỉnh phê duyệt, trong đó chú ý tới hoạt động tập huấn cho các cán bộ quản lý nhà nước và đào tạo nguồn nhân lực cho doanh nghiệp. Nội dung tập huấn cho đối tượng là cán bộ quản lý nhà nước thuộc các sở, ban, ngành, quận, huyện là các kiến thức về pháp luật và các quy định liên quan đến thương mại điện tử. Đối với đối tượng các doanh nghiệp và hộ gia đình thì nội dung tập huấn cần tập trung việc đào tạo nâng cao kỹ năng kinh doanh trực tuyến, các kỹ năng khai thác phần mềm ứng dụng thương mại điện tử, các kiến thức về bảo mật và an toàn thông tin, các kiến thức và kỹ năng giao dịch trong thương mại điện tử... Đối với các Sở Công Thương cần phải bố trí, sắp xếp cán bộ chuyên trách về thương mại điện tử để kịp thời theo dõi, quản lý, triển khai và xử lý các vấn đề liên quan đến thương mại điện tử ở địa phương. Các Sở Công Thương cần phối hợp với các đơn vị tiên phong trong kinh doanh trực tuyến để triển khai hoạt động đào tạo tại địa phương. Trong sự hợp tác này, Sở Công Thương là đơn vị tổ chức và mời học viên, các đơn vị đối tác sẽ cung cấp giảng viên, tài liệu, nội dung đào tạo phù hợp với đặc thù của mỗi địa phương. Các Sở Công Thương cần phối hợp chặt chẽ với Sở Thông tin và Truyền thông để thực hiện tốt nhiệm vụ phát triển tài nguyên Internet, hạ tầng công nghệ thông tin, chính phủ điện tử ở địa phương.

5.2. Đối với hiệp hội thương mại điện tử và các công ty cung cấp dịch vụ đào tạo

Hiệp hội thương mại điện tử Việt Nam luôn là cầu nối đưa các doanh nghiệp hội viên và các đối tác cung cấp hệ sinh thái toàn diện cho kinh doanh trực tuyến, triển khai hoạt động đào tạo kỹ năng kinh doanh trực tuyến. Trong những năm qua, Hiệp hội thương mại điện tử Việt Nam đã ưu tiên hợp tác, hỗ trợ một số địa phương đào tạo nguồn nhân lực đặc biệt là các địa phương có xếp hạng chỉ số thương mại điện tử. Với vai trò của mình, hiệp hội thương mại điện tử cần tích cực kết nối giữa các công ty cung cấp các chương trình đào tạo cho các địa phương, các doanh nghiệp kinh doanh, các cá nhân quan tâm đến thương mại điện tử như: kinh doanh trực tuyến, bán hàng trực tuyến, marketing trực tuyến, thanh toán điện tử, phát triển web thương mại điện tử, Bên cạnh đó Hiệp hội cũng cần tích cực triển khai các chương trình kết nối với các địa phương, hỗ trợ việc nghiên cứu nhu cầu phát triển thương mại điện tử, từ đó xác định nhu cầu đào tạo

nhân lực thương mại điện tử, xây dựng các chương trình đào tạo nhân lực thương mại điện tử cho phù hợp với từng địa phương.

Hiệp hội thương mại điện tử Việt Nam cần chủ động, tích cực trong việc tổ chức, phát động, động viên các thành viên tham gia các diễn đàn thương mại điện tử, các hội thảo trong lĩnh vực thương mại điện tử, các cuộc thi tìm hiểu về kinh doanh thương mại điện tử từ đó nâng cao nhận thức, kỹ năng, kiến thức về kinh doanh thương mại điện tử cho các thành viên và toàn thể doanh nghiệp và người lao động trong lĩnh vực thương mại điện tử.

5.3. Đối với các trường đào tạo

Các trường đào tạo, trên cơ sở năng lực đào tạo của mình cần cân đối nguồn lực, quan tâm vào phát triển chương trình đào tạo ngành thương mại điện tử đáp ứng nhu cầu thiếu hụt nguồn nhân lực thương mại điện tử của đất nước. Các cơ sở đào tạo khi phát triển chương trình đào tạo ngành thương mại điện tử cần xem xét tới lợi thế của mình về: (1) kinh nghiệm đào tạo; (2) Cơ sở vật chất đáp ứng được yêu cầu đào tạo ngành thương mại điện tử; (3) Có đội ngũ giảng viên có kinh nghiệm, kiến thức chuyên môn để tham gia đào tạo ngành thương mại điện tử; (4) Có các doanh nghiệp, đối tác tốt trong kinh doanh thương mại điện tử là nơi để sinh viên ngành thương mại điện tử vừa học vừa thực hành nghề nghiệp,....

Các chương trình đào tạo nhân lực thương mại điện tử của các trường cần đáp ứng nhu cầu về vị trí công việc liên quan đến lĩnh vực thương mại điện tử **mà các** doanh nghiệp Việt Nam đang cần như: Giám đốc công nghệ thông tin; Chuyên viên, lãnh đạo bộ phận công nghệ thông tin, dự án phát triển hệ thống thông tin phục vụ kinh doanh điện tử; Chuyên viên hay lãnh đạo bộ phận quản trị mạng nhằm kiểm soát, bảo mật, an toàn cho các trang Web thương mại; Chuyên viên phân tích, thiết kế và lập trình Web thương mại và khai thác các ứng dụng thương mại điện tử; Chuyên viên thu thập, lưu trữ, bảo mật, phân phối dữ liệu phục vụ kinh doanh điện tử; Chuyên viên phân tích hỗ trợ ra quyết định trong thương mại điện tử và kinh doanh điện tử; Chuyên viên hay lãnh đạo trong các tổ chức tư vấn và cung cấp các giải pháp thương mại điện tử; Chuyên viên thương mại điện tử, marketing điện tử, quản trị quan hệ khách hàng điện tử; Chuyên viên hay lãnh đạo xây dựng hệ thống giao dịch, chuỗi cung ứng trong kinh doanh điện tử tại tổ chức và doanh nghiệp;

Các chương trình đào tạo thương mại điện tử của các cơ sở đào tạo cần tập trung đáp ứng đào tạo các kỹ năng nghề nghiệp cho lĩnh vực thương mại điện tử như: Phân tích thiết kế hệ thống thương mại điện tử của một tổ chức, doanh nghiệp; Xây dựng, phát triển và quản trị website thương mại điện tử của một doanh nghiệp; Thiết lập và vận hành hệ thống bảo mật, bảo đảm hoạt động an toàn mạng và thanh toán trực tuyến các dịch vụ thương mại điện tử; Lập, thẩm định và tổ chức thực hiện các kế hoạch kinh doanh thương mại điện tử như: phân tích đánh giá thị trường, xây dựng và thiết lập hệ thống thương mại điện tử, mua hàng, tồn kho, bán hàng,...; Lập, thẩm định và tổ chức thực hiện các chiến lược kinh doanh và các dự án thương mại điện tử trong doanh nghiệp; Xây dựng, phát triển và quản trị các sàn giao dịch thương mại điện tử; Khai thác, vận hành và sử dụng công nghệ mới trong thương mại điện tử; Sử dụng các công cụ Digital Marketing để giới thiệu sản phẩm, dịch vụ và quảng bá hình ảnh, phát triển khách hàng,... của doanh nghiệp; Giải quyết các vấn đề phát sinh trong hoạt động thương mại điện tử như: Thanh toán, giao hàng, bảo mật, pháp lý, an toàn thông tin trong giao dịch thương mại điện tử; Đánh giá, đo lường hiệu quả của các hoạt động thương mại điện tử trong doanh nghiệp; Sử dụng thành thạo các phần mềm ứng dụng công nghệ thông tin trong kinh doanh và kinh doanh thương mại điện tử; Sử dụng tiếng Anh trong giao tiếp, học thuật và nghiên cứu khoa học trong lĩnh vực thương mại điện tử; Kỹ năng làm việc với con người, giao tiếp, đàm phán, làm việc nhóm,...

Các cơ sở đào tạo nhân lực ngành thương mại điện tử cần phải đào tạo các kiến thức, kỹ năng nghề chuyên môn trong lĩnh vực thương mại điện tử, các kỹ năng bổ trợ, các kỹ năng mềm, đạo đức lối sống, ý thức pháp luật cho người học. Và đặc biệt phải chú trọng việc thực hành nghề nghiệp thông qua các tình huống kinh doanh thương mại trong thực tiễn để khi tốt nghiệp có thể hòa nhập ngay với môi trường làm việc của các doanh nghiệp.

5.4. Đối với doanh nghiệp

Thương mại điện tử là một xu hướng tất yếu trong kinh doanh, nó là cơ hội và thách thức đối với mọi doanh nghiệp. Để phát triển thương mại điện tử đòi hỏi các doanh nghiệp phải chủ động trong việc ứng dụng công nghệ thông tin và internet, ứng dụng các phần mềm vào quản lý, kinh doanh, số hóa các hoạt động kinh doanh,.. chủ động bố trí sắp xếp, tuyển dụng nhân lực làm việc cho phù hợp với các hoạt động thương mại điện tử của mình. Chủ động trong xây dựng và thực hiện kế hoạch nhân lực cho phù hợp với mục tiêu phát triển kinh doanh. Xác định số lượng nhân lực còn thiếu, còn yếu về các lĩnh vực chuyên môn, các kiến thức, các kỹ năng để lên kế hoạch đào tạo nguồn nhân lực của mình, từ đó xây dựng các chương trình đào tạo cho phù hợp.

Tài liệu tham khảo

Bộ Công thương (2019), *Sách trắng Doanh nghiệp Việt Nam 2019*, NXB Công Thương, Hà Nội.

Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam [VECOM] (2020), *Báo cáo chỉ số Thương mại điện tử Việt Nam 2020*, Cục Thương mại điện tử và Kinh doanh số.

Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam [VECOM] (2021), *Báo cáo chỉ số Thương mại điện tử Việt Nam 2021*, Cục Thương mại điện tử và Kinh doanh số.

Nguyễn Thị Minh An (2018), *Quản trị nguồn nhân lực*, NXB Thông tin và Truyền thông.