

NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG ĐÀO TẠO NGUỒN NHÂN LỰC THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ NHỮNG VẤN ĐỀ ĐẶT RA VÀ GIẢI PHÁP

Nguyễn Trần Hưng *

Ngày nhận: 27/5/2011

ngày nhận lại: 20/6/2011

Mã số: 2.NNL

Từ khóa: Nguồn nhân lực, thương mại điện tử, chất lượng đào tạo, nhân lực thương mại điện tử, giải pháp nguồn nhân lực

Dứng trước thực trạng nguồn nhân lực nói chung và nhân lực thương mại điện tử (TMĐT) nói riêng ở nước ta chưa được đào tạo một cách bài bản, thiếu nhân lực có kỹ năng ứng dụng thực tiễn theo tiêu chuẩn của các doanh nghiệp TMĐT đặc thù, đồng thời hưởng ứng cuộc vận động do Bộ Giáo dục và Đào tạo đã phát động trong toàn hệ thống đại học, cao đẳng và dạy nghề cuộc vận động “Nói không với đào tạo không đạt chuẩn và không đáp ứng nhu cầu xã hội”, một số các trường đại học và cao đẳng đã triển khai đào tạo chuyên ngành TMĐT - một chuyên ngành mới đòi hỏi quá trình đào tạo phải gắn liền với thực tiễn kinh doanh rất cao. Tuy nhiên trong thực tế hiện nay, quá trình đào tạo này còn gặp phải rất nhiều vấn đề bất cập. Bài viết của tác giả sẽ khái quát những bất cập tiêu biểu trong thực tiễn đào tạo đúc rút từ kinh nghiệm của Trường Đại học Thương mại - trường đại học đầu tiên ở Việt Nam có chuyên ngành TMĐT, đòi hỏi cần được giải quyết triệt để, đồng thời tác giả cũng đưa ra một số giải pháp cơ bản nhằm khắc phục tình trạng này.

Lời mở đầu

Chất lượng nguồn nhân lực TMĐT cần phải đảm bảo hai yếu tố đó là: kỹ năng công nghệ thông tin (CNTT) và tầm nhìn của khoa học quản trị kinh doanh. Tuy nhiên khi đánh giá về nguồn lực này rất nhiều chuyên gia chỉ nhìn một khía cạnh đó là kỹ năng về CNTT, như vậy chưa đủ để có thể tiến hành hoạt động kinh doanh điện tử một cách bài bản và lâu dài được. Đã có nhiều trường hợp trong thực tiễn chứng tỏ, để tiến hành các hoạt động kinh doanh điện tử thành công, người kinh doanh không cần thiết phải có quá nhiều các kỹ năng về CNTT, mà chỉ cần một vài kỹ năng cơ bản nhất cùng với tư duy của quản trị kinh doanh đã có thể làm chủ một cửa hàng trực tuyến rất thành công trên Web. Vì vậy, đối với nguồn nhân lực TMĐT, tư duy quản trị kinh doanh là vô cùng cần thiết và kỹ năng triển khai cũng có vai trò quan trọng trong thực tiễn kinh doanh đặc thù, song

nguồn nhân lực có thể đáp ứng được đầy đủ cả hai yêu cầu này là rất khan hiếm.

1. Khái quát thực trạng nguồn nhân lực thương mại điện tử

Hiện nay, Việt Nam đang phải đối mặt với tình trạng thiếu hụt nhân lực có trình độ trên diện rộng trong hầu hết các ngành kinh tế. Trách nhiệm chính của việc đào tạo nguồn nhân lực có chất lượng phụ thuộc và là trách nhiệm rất lớn của nền giáo dục Việt Nam trong thời gian tới. Nếu không giải quyết được vấn đề này, Việt Nam sẽ đứng trước một cuộc khủng hoảng chất lượng nhân lực trầm trọng, có thể làm sụt giảm sức cạnh tranh của nền kinh tế. Trước đây, chúng ta cạnh tranh với thế giới bằng nguồn lao động dồi dào, giá lao động rẻ và ngủ quên trong tình trạng đó một thời

ThS., Trường Đại học Thương mại

gian dài. Trên thực tế, hệ thống các trường đại học, cao đẳng và trung học chuyên nghiệp có thể đào tạo và cung cấp cho thị trường một số lượng lớn lao động, song chất lượng nguồn lao động này mới chỉ dừng lại ở mức trung bình nếu như không muốn nói là yếu kém. Chính vì vậy, sự ỷ lại hay ngủ quên dựa vào lợi thế cạnh tranh về nguồn lao động dồi dào, giá rẻ này bị mất dần đi mà minh chứng cụ thể nhất là chúng ta liên tục tụt hạng trong bảng xếp hạng chỉ số cạnh tranh toàn cầu, một trong những nguyên nhân căn bản là chất lượng của lao động sau khi đã hoàn tất quá trình đào tạo. Đất nước sau 30 năm thực hiện công nghiệp hóa vẫn còn khoảng 70% lao động trong lĩnh vực nông nghiệp, tỷ lệ học sinh trên triệu dân, tỷ số trường các loại trên triệu dân, tỷ số trường đại học trên triệu dân, tỷ lệ tốt nghiệp đại học trên triệu dân, tỷ lệ có học vị tiến sĩ trên triệu dân của nước ta đều cao hơn tất cả các nước có mức thu nhập bình quân theo đầu người tương đương như Thái Lan nhưng chất lượng đang có nhiều vấn đề bất cập.

Điều tra của Bộ Giáo dục và Đào tạo năm 2006 cho thấy cả nước có tới 63% số sinh viên ra trường không có việc làm, 37% số còn lại có việc làm thì hầu hết phải đào tạo lại và có nhiều người không làm đúng nghề mình đã học, trong khi đó nhiều doanh nghiệp, kể cả những doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài (FDI) và nhiều dự án kinh tế quan trọng khác rất thiếu nguồn nhân lực chuyên nghiệp; khoảng 2/3 số người có học vị tiến sĩ trong cả nước không làm khoa học mà đang làm công tác quản lý; số bài báo khoa học được công bố hàng năm chỉ bằng khoảng 1/4 của Thái Lan và bằng 0,00043% của thế giới, mặc dù số tiến sĩ của ta hàng năm nhận bằng thường nhiều hơn của Thái Lan, có năm cao gần gấp đôi... Nguồn nhân lực nước ta đa phần có hai ưu thế rất lớn đó là trẻ về tuổi đời, đông về số lượng do nước ta có dân số đứng thứ 13 trên thế giới và có tốc độ sinh sản cao, nhưng tỷ lệ người có nghề và có trình độ chuyên môn tính trên triệu dân rất thấp so với tất cả các nước trong nhóm ASEAN 6 và Trung Quốc; số cán bộ kỹ thuật có trình độ quản lý cao rất ít so với dân số cũng như so với quy mô nền kinh tế. Theo điều tra của Diễn đàn Kinh tế thế giới năm

2005, nguồn nhân lực Việt Nam về chất lượng được xếp hạng 53 trên 59 quốc gia được khảo sát, song mất cân đối nghiêm trọng, cứ 1 cán bộ tốt nghiệp đại học có 1,16 cán bộ tốt nghiệp trung cấp và 0,92 công nhân kỹ thuật, trong khi đó tỷ lệ này của thế giới là 4 và 10. Mặt khác, ở Việt Nam cứ 1 vạn dân có 181 sinh viên đại học, còn của thế giới là 100, Trung Quốc là 140 mặc dù mức thu nhập quốc dân tính theo đầu người cao gần gấp đôi nước ta...

Bảng xếp hạng năm 2008 cho thấy yếu tố đào tạo đại học của Việt Nam xếp hạng 98, và chất lượng của hệ thống giáo dục đứng thứ 120 trên tổng số 130 quốc gia được xếp hạng. Cũng trong bản báo cáo năng lực cạnh tranh toàn cầu 2008 của WEF, qua cuộc khảo sát ý kiến các chuyên gia về "vấn đề đang lo ngại nhất", lao động được đào tạo là một trong những yếu tố yếu kém nhất của nền kinh tế Việt Nam. Hệ quả của nó là làm cho nền kinh tế khó thoát khỏi lối mòn thu nhập trung bình của các quốc gia ASEAN đi trước đã từng mắc phải như Thái Lan, Malaysia, Indonesia... và các nước của Châu Mỹ Latin, mặc dù những quốc gia này rất nhanh chóng đạt được mức thu nhập trung bình, nhưng không thể vươn lên được mức thu nhập cao do không bước vào giai đoạn nội lực hóa kỹ năng và công nghệ, nghĩa là không có nguồn nhân lực đủ trình độ sáng tạo, làm chủ về công nghệ và quản lý.

Như vậy, nguồn nhân lực Việt Nam thấp về nhiều mặt so với các nước trong khối ASEAN và Trung Quốc, đồng thời không biết phát huy nhiều ưu thế vốn có của nguồn nhân lực một cách đúng hướng, thiếu cả kỹ năng tác nghiệp cũng như tầm nhìn quản trị kinh doanh nói chung.

Nguồn nhân lực nói chung đã thiếu hụt như vậy, nguồn nhân lực đáp ứng cho các hoạt động kinh doanh điện tử còn hạn chế hơn nữa, do bản thân TMĐT là một lĩnh vực kinh doanh hoàn toàn mới, đòi hỏi sự tích hợp rất cao giữa việc ứng dụng công nghệ phổ biến nhất hiện nay là CNTT vào việc tiến hành các hoạt động thương mại, vì vậy đòi hỏi sự kết hợp nhuần nhuyễn giữa kỹ năng CNTT và tư duy quản trị. Muốn như vậy thì quá trình đào tạo chuyên ngành TMĐT phải được gắn kết với thực tiễn kinh doanh đặc thù của các doanh

ngành TMĐT từ cách thức xây dựng, triển khai, quản lý và vận hành các mô hình kinh doanh điện tử cụ thể.

Thống kê của Bộ Giáo dục và Đào tạo tính đến năm 2010 cho thấy, hiện cả nước có 10 học viện, 123 trường đại học, 153 trường cao đẳng và hơn 350 trường trung cấp chuyên nghiệp đào tạo ngành CNTT. Tin học. Mặc dù vậy, theo PGS. Bùi Thế Duy - Chủ nhiệm Khoa Công nghệ thông tin, Trường Đại học Công nghệ (Đại học Quốc gia Hà Nội), nhiều nhà trường dù tự nhận mình “đào tạo tốt” nhưng thực tế rất nhiều trong số đó lại toàn là những kiến thức khó áp dụng vào hoạt động thực tiễn của doanh nghiệp. Ông cũng dẫn ra quan điểm của một số doanh nghiệp CNTT lớn trong nước khi ông có dịp tiếp xúc là chỉ có một số ít sinh viên của khoảng 5 - 7 trường đại học trong nước sau khi tốt nghiệp là có thể làm được công việc đòi hỏi lượng chất xám cao tại các doanh nghiệp, còn lại phần lớn trong số đó vẫn còn có khoảng cách quá xa hoặc chỉ làm được những công việc đơn giản.

Chỉ tính riêng về kỹ năng CNTT, theo PGS. Bùi Thế Duy, qua tìm hiểu các bản báo cáo phát triển ngành CNTT của một số quốc gia khu vực Đông Nam Á thời gian gần đây, ông nhận thấy trong phần so sánh về thực trạng phát triển của ngành CNTT giữa các quốc gia (trong đó có Việt Nam), phần lớn các báo cáo đều nêu Việt Nam chỉ có hai chỉ số đạt được mức cao nhất là nhân lực CNTT giá rẻ và nền chính trị ổn định. Còn lại, hàng loạt tiêu chí liên quan đến chuyên môn, trình độ ngoại ngữ nhân lực CNTT, uy tín thị trường CNTT... đều thấp hơn các nước, và đặc biệt là nhân lực CNTT của Việt Nam nói chung đều thiếu tầm nhìn và tư duy chiến lược - trong khi những kiến thức này có thể dễ dàng tìm thấy trong rất nhiều chuyên ngành đào tạo ở các trường đại học khối Kinh tế, nhưng thực tế thì ngay cả đối với các trường này, việc đào tạo ra nguồn nhân lực chất lượng cao có thể đáp ứng ngay yêu cầu công việc kinh doanh cũng là điều hết sức hạn chế.

2. Những vấn đề nảy sinh từ thực tiễn đào tạo nguồn nhân lực thương mại điện tử đúc rút từ kinh nghiệm của Trường Đại học Thương mại

Trường Đại học Thương mại là nơi tiên phong

trong đào tạo chuyên ngành TMĐT của cả nước. Từ năm 2005 đến nay, Trường đã chính thức cung cấp được hơn 600 sinh viên đáp ứng được một phần nào đó nhu cầu về nhân lực cho công việc của các doanh nghiệp kinh doanh trực tuyến.

Nhằm triển khai sâu rộng cuộc vận động “Nói không với đào tạo không đạt chuẩn và không đáp ứng nhu cầu xã hội”, rút ngắn khoảng cách giữa nhu cầu của doanh nghiệp với khả năng đáp ứng của đào tạo đại học, Trường Đại học Thương mại đã thực hiện việc ký kết thỏa thuận hợp tác đào tạo với rất nhiều các doanh nghiệp đang kinh doanh trong các chuyên ngành mà Nhà trường đào tạo, nổi bật nhất là chuyên ngành Thương mại điện tử. Thực hiện chủ trương này của Nhà trường, Khoa Thương mại điện tử đã nhanh chóng kết nối với một số doanh nghiệp TMĐT tiêu biểu như: Cổng TMĐT quốc gia ECVN, VTC, Goodsonlines, Vật giá, Chodientu, Megabuy, TaDa, Sannam... trong đào tạo nguồn nhân lực đáp ứng cho hoạt động TMĐT Việt Nam. Các doanh nghiệp này được xem là các hình mẫu TMĐT thành công đầu tiên ở Việt Nam và cũng được xem như là những đối tác chiến lược quan trọng trong triển khai các hoạt động đào tạo cũng như là cầu nối tới việc triển khai các dự án, xây dựng hệ thống chương trình đào tạo của Khoa TMĐT, nhằm đào tạo nguồn nhân lực theo yêu cầu của doanh nghiệp.

Mặc dù Nhà trường đã triển khai đào tạo được gần 6 năm và có hai khóa sinh viên ra trường, khóa thứ 3 đang chuẩn bị tốt nghiệp, số lượng sinh viên đăng ký thi vào học chuyên ngành Thương mại điện tử tại đây ngày càng tăng, thực tiễn đào tạo của Khoa Thương mại điện tử đã bắt đầu nảy sinh một số vấn đề, ảnh hưởng không nhỏ tới tính thực tiễn trong quá trình đào tạo nhằm đáp ứng nhu cầu doanh nghiệp:

Thứ nhất, nhiều doanh nghiệp, thậm chí đối với cả đơn vị đào tạo chuyên ngành TMĐT, việc ký kết thỏa thuận hợp tác rất thiết thực nhưng chưa đi vào chiều sâu. Sự liên kết, hợp tác giữa các doanh nghiệp TMĐT kể trên và đơn vị đào tạo chuyên ngành TMĐT là Khoa Thương mại điện tử - Trường Đại học Thương mại còn quá lỏng lẻo và vẫn chỉ là hình thức. Giới doanh nghiệp cũng như giới học

thuật về TMĐT đều đang có thể riêng của mình, dẫn tới tình trạng không ai chịu ai, chưa hợp tác chặt chẽ với nhau và nếu như tình trạng đó còn tiếp tục như hiện nay thì không bao giờ có thể hy vọng sẽ đào tạo tốt hay cải thiện được chất lượng nguồn nhân lực đáp ứng yêu cầu xã hội. Bên cạnh đó, cũng có nhiều doanh nghiệp TMĐT đặc thù, mặc dù luôn kêu than là thiếu nhân lực nhưng khi có sinh viên đến xin thực tập tốt nghiệp và tham quan hay trực tiếp tham gia vào các hoạt động này, xin số liệu về hoạt động của doanh nghiệp thì đều từ chối.

Thứ hai, chuyên ngành TMĐT là một chuyên ngành tương đối đặc thù. Có thể nói không quá khi hiểu một cách đầy đủ thì chuyên ngành này, người học sẽ phải được đào tạo đầy đủ về cả hai khía cạnh quan trọng, đó là kỹ năng CNTT và tư duy của quản trị kinh doanh. Tuy nhiên, khi đánh giá về vấn đề này, rất nhiều doanh nghiệp chỉ dựa vào một tiêu chí nổi trội cho rằng kỹ năng CNTT là đủ mà quên mất rằng tư duy và tầm nhìn của quản trị các hoạt động kinh doanh trực tuyến mang tính chất định hướng còn quan trọng hơn. Theo ông Tôn Thất Anh Vũ – Tổng giám đốc của HSBC tại miền Bắc cho rằng: “TMĐT là một lĩnh vực khó, để tìm kiếm nhân lực về CNTT thì không thiếu, nhưng người có tư duy và biết quản trị các hoạt động kinh doanh trực tuyến lại rất khan hiếm”. Nói như vậy để thấy được tầm quan trọng của tư duy quản trị không bao giờ là lỗi thời. Đã có nhiều trường hợp trong thực tiễn chứng tỏ, để tiến hành các hoạt động kinh doanh điện tử thành công, người kinh doanh không cần thiết phải có quá nhiều các kỹ năng về CNTT mà chỉ cần một vài kỹ năng cơ bản nhất cùng với tư duy của quản trị kinh doanh đã có thể làm chủ một cửa hàng trực tuyến rất thành công trên Web. Vì vậy, sự đánh giá của doanh nghiệp ở đây về nguồn nhân lực TMĐT mới chỉ phiến diện, ban đầu và thiên lệch quá nhiều về kỹ năng CNTT. Trong khi đó đối với các cơ sở đào tạo chuyên ngành TMĐT, các kỹ năng này được thể hiện trong các môn học là quá ít, dẫn tới sau đào tạo, nhân lực gặp nhiều khó khăn ban đầu khi tiếp xúc với công việc thực tiễn.

Thứ ba, sự mất cân đối trong chương trình các môn học của chuyên ngành TMĐT của cơ sở đào

tạo. Trong khi hàng loạt các môn học cơ sở như: Kinh tế chính trị, Chủ nghĩa xã hội khoa học, Kinh tế vi mô... được tiến hành đào tạo phổ biến là 3 tín chỉ lý thuyết và các môn học có liên quan rất ít tới chuyên ngành TMĐT như: Thị trường chứng khoán, Tài chính tiền tệ, Kế toán công, Tài chính công, Kinh tế phát triển... được đào tạo tới 2 hoặc 3 tín chỉ lý thuyết thì các môn học chuyên ngành TMĐT như: TMĐT căn bản, TMĐT B2B, TMĐT B2C... vẫn chỉ dừng lại nhiều nhất ở mức 2 tín chỉ. Trong khi đó, các môn học bổ trợ rất cần thiết, đáng lẽ phải được giảng dạy một cách chính thức và bắt buộc như: Thanh toán điện tử, Xu hướng ứng dụng mới trong TMĐT và đặc biệt là môn học: Kỹ năng WebSearch, Kỹ năng SEO... lại tồn tại ở những học phần tự chọn. Bên cạnh đó, môn học: Thực hành TMĐT cung cấp kỹ năng tạo Web, sử dụng các công cụ điện tử còn quá nhiều yếu kém và nội dung lạc hậu. Hệ quả của vấn đề này là kiến thức chuyên ngành được đào tạo bài bản còn thiếu và yếu, bởi thế sinh viên ra trường khi tiếp cận với công việc thực tế thường bị lúng túng, không được như mong đợi của doanh nghiệp.

Thứ tư, kiến thức, tầm nhìn, thậm chí đạo đức nghề nghiệp của nhiều chuyên gia, nhà khoa học, cán bộ giảng dạy đối với một số các môn học kỹ năng được phân công trong đào tạo nguồn nhân lực TMĐT của cơ sở đào tạo còn yếu, dưới tầm so với đòi hỏi của nhiệm vụ. Đào tạo kỹ năng là vấn đề cấm tay chỉ việc, giúp sinh viên có thể tiếp cận công việc một cách thực tiễn nhất, và có khả năng xử lý công việc đó theo phương pháp khoa học nhanh chóng, thuận thực. Tuy nhiên, trong thực tế đào tạo, các kỹ năng này còn xa vời, thiếu sự liên hệ, có không ít trường hợp người giảng dạy cũng chỉ có hiểu biết lơ mơ, nên khi phát sinh vấn đề trong quá trình học hay trong thực tiễn đều không giải quyết được câu hỏi thắc mắc một cách thỏa đáng cho sinh viên. Và cũng vì vậy, sinh viên tiếp cận môn học dưới một cái nhìn không đầy đủ và phiến diện. Đó là chưa nói tới có nhiều môn học kỹ năng mà tính ứng dụng của nó là thấp, thậm chí người giảng dạy về kỹ năng, có kỹ năng còn kém hơn cả sinh viên trong khi giảng dạy học phần đó.

Thứ năm, đối với các học phần chuyên ngành TMĐT, sinh viên chỉ được nghiên cứu các mô hình

tham khảo thêm ở những website có tập hợp nhiều ý kiến đóng góp và nhu cầu tuyển dụng lao động rất lớn của các doanh nghiệp TMĐT chẳng hạn như: <http://viechay.ecvn.com>. Điều này mở ra hàng ngàn cơ hội tìm kiếm việc làm cho sinh viên chuyên ngành TMĐT của các cơ sở đào tạo, trên cơ sở kết nối các doanh nghiệp này với cơ sở đào tạo, các doanh nghiệp TMĐT có thể tìm kiếm được nguồn nhân lực có chất lượng, đồng thời giúp cho các doanh nghiệp có thể trực tiếp đóng góp các ý kiến thiết thực nhằm cùng với cơ sở đào tạo định hướng đào tạo chuyên ngành TMĐT một cách hiệu quả, gắn liền lý luận với thực hành, có kỹ năng cao, có thể đáp ứng được các yêu cầu công việc đặc thù của doanh nghiệp.

Đối với doanh nghiệp, để đánh giá đúng tầm nguồn nhân lực TMĐT cũng không nên thiên quá nhiều về kỹ năng, mà cần phải nhìn vào triển vọng phát triển và sự thích ứng với công việc của nhân lực, nhiều kiến thức mà cơ sở đào tạo không đào tạo được do bị hạn chế về mặt nguồn lực và mang tính chất khách quan thì doanh nghiệp TMĐT phải là nơi giúp bổ sung những kiến thức đó, có thể thông qua cung cấp việc làm bán thời gian, giúp sinh viên tiếp cận dần với hoạt động kinh doanh trực tuyến và biết được các ưu nhược điểm của các mô hình kinh doanh điện tử cụ thể. Thông qua các hoạt động này sẽ giúp sinh viên chủ động sáng tạo trong học tập và làm việc, có các phản hồi cần thiết đối với những cơ sở lý luận chuyên ngành đã được đào tạo.

Thứ ba, để giải quyết triệt để vấn đề mất cân đối nghiêm trọng trong chương trình các môn học chuyên ngành TMĐT, cơ sở đào tạo cần thường xuyên rà soát lại chương trình đào tạo, gắn với các mô hình kinh doanh TMĐT trong thực tiễn. Cần tăng thêm các học phần kỹ năng gắn với chuyên ngành, đồng thời gia tăng thêm về lượng kiến thức truyền tải trong các học phần chuyên ngành, nếu trước đây là 02 tín chỉ thì có thể tăng lên 03 tín chỉ, trong đó 02 tín chỉ do giảng viên của cơ sở đào tạo trực tiếp giảng dạy, 01 tín chỉ còn lại nên là việc của báo cáo viên thực tế của các doanh nghiệp TMĐT, đồng thời cần có sự lồng ghép các buổi tham quan doanh nghiệp hoặc cho sinh viên tham gia một phần nhỏ vào hoạt động kinh doanh trực

tuyến dưới sự hướng dẫn của các báo cáo viên.

Đối với các học phần không liên quan nhiều tới chuyên ngành đào tạo, tính ứng dụng thấp nên mạnh dạn cắt bỏ, tránh việc học quá nhiều học phần dẫn đến không thể trang bị được những kiến thức chuyên sâu, hệ quả là chương trình đào tạo dài nhưng sau khi tốt nghiệp lại không đáp ứng được mong đợi trong thực tiễn của doanh nghiệp tuyển dụng.

Bên cạnh đó, các cơ sở đào tạo chuyên ngành TMĐT nên rà soát lại nội dung của từng học phần sau mỗi khóa đào tạo, tránh việc không cập nhật kịp thời kiến thức mới, những xu hướng phát triển mới của TMĐT, sử dụng các phần mềm tương tác trong thực hành phải có tính thiết thực gắn với quá trình vận hành kinh doanh của các doanh nghiệp TMĐT hợp tác.

Thứ tư, các cơ sở đào tạo chuyên ngành TMĐT nên tổ chức thường xuyên các khóa đào tạo ngắn hạn cung cấp kỹ năng cho các giảng viên tham gia đào tạo, nhằm nâng cao nhận thức, sự hiểu biết, cập nhật các kiến thức mới về công nghệ thông tin và TMĐT.

Một mặt, cơ sở đào tạo nên có chính sách khuyến khích và tạo điều kiện hỗ trợ về mặt vật chất và tinh thần cho các giảng viên tự học tập nâng cao trình độ chuyên môn và năng lực công tác, có phẩm chất đạo đức trong sáng, có ý chí phấn đấu vươn lên trong nghiên cứu khoa học. Mặt khác, với sự hợp tác không ngừng mở rộng và đa dạng hóa cả về nội dung, hình thức và tăng cường hoạt động xúc tiến hợp tác giữa cơ sở đào tạo với doanh nghiệp TMĐT trong đào tạo chuyên ngành TMĐT, phía doanh nghiệp nên có những chương trình gửi chuyên gia, cố vấn tiếp xúc với giảng viên thông qua các buổi tọa đàm, hội thảo cùng trao đổi kinh nghiệm và yêu cầu thực tiễn kinh doanh. Thông qua những hoạt động này có thể cập nhật các kiến thức mới về công nghệ và TMĐT, tổ chức các dự án khoa học với sự tham gia của cả hai bên nhằm nâng cao trình độ nghiên cứu và ứng dụng thực tiễn trong giảng dạy của giảng viên.

Điều này tạo ra cơ hội và thách thức mới về đánh giá và hỗ trợ học tập tại nơi làm việc, về cơ hội tiếp cận và nội dung của chương trình đào tạo

chuyên ngành TMĐT, vai trò của giảng viên được thể hiện trong việc gắn kết bài giảng với thực tiễn, cũng như về vai trò của các doanh nghiệp TMĐT trong việc cung cấp các cơ hội và các mô hình học tập gắn thực tiễn, đặc biệt là các mô hình kinh doanh điện tử cho sinh viên trong suốt quá trình học tập chuyên ngành tại cơ sở đào tạo.

Thứ năm, nhằm tạo động lực thúc đẩy cho sinh viên chuyên ngành TMĐT của cơ sở đào tạo, cũng như bổ sung kiến thức thực tiễn vào các học phần chuyên ngành, cơ sở đào tạo và doanh nghiệp nên có sự phối hợp tổ chức các hoạt động ngoại khóa cho sinh viên gắn kết với chuyên ngành đào tạo. Thông qua các hoạt động này, sinh viên được tiếp xúc, được giao lưu và đưa ra những thắc mắc về mô hình kinh doanh trực tuyến của các doanh nghiệp TMĐT, có sự liên hệ rõ nét giữa các học phần được đào tạo với thực tiễn kinh doanh. Qua đó, sinh viên có thể trình bày ý tưởng kinh doanh TMĐT hoặc đưa ra một sáng kiến cải tiến nào đó đối với hoạt động kinh doanh trực tuyến của các doanh nghiệp. Điều này mang lại lợi ích đối với cả cơ sở đào tạo cũng như các doanh nghiệp TMĐT. Đối với cơ sở đào tạo có thể thông qua các hoạt động này tạo điều kiện cho sinh viên được gắn kết học phần chuyên ngành với thực tiễn kinh doanh đặc thù của các doanh nghiệp TMĐT, tạo động lực cho sinh viên ham học hỏi hơn, có tư duy sáng tạo và ý chí vươn lên trong học tập, đồng thời định hướng được quá trình đào tạo theo yêu cầu xã hội cao hơn. Đối với các doanh nghiệp TMĐT, một mặt có thể tận dụng các ý tưởng cải tiến, sáng tạo của sinh viên, đồng thời có thể lựa chọn được những nhân lực TMĐT xuất sắc, giảm bớt thời gian và chi phí đào tạo lại, triển khai các hoạt động kinh doanh, các dự án TMĐT mới với nhiều giải pháp và hướng đi hiệu quả hơn. Mặt khác, các doanh nghiệp được quảng bá về hình ảnh doanh nghiệp, về sản phẩm dịch vụ tới đông đảo công chúng, sinh viên.

Kết luận:

Để nâng cao chất lượng đào tạo nguồn nhân lực TMĐT đáp ứng được nhu cầu của các doanh nghiệp TMĐT, đòi hỏi cả phía cơ sở đào tạo và các doanh nghiệp phải có sự hợp tác một cách chặt chẽ, đi vào thực chất. Với sự hợp tác có tính chất

chiến lược này, các doanh nghiệp TMĐT thành viên ngoài việc quảng bá được hình ảnh của mình, còn tham gia vào quá trình đào tạo như một hình thức đầu tư vào nguồn lao động chất lượng cao để lựa chọn những sản phẩm đáp ứng được yêu cầu của doanh nghiệp thông qua sự cam kết ưu tiên nguồn nhân lực từ phía Nhà trường. Về phía cơ sở đào tạo, sự hợp tác này sẽ góp phần nâng cao chất lượng đào tạo và gắn kết quá trình đào tạo với chính thực tiễn hoạt động đặc thù của doanh nghiệp TMĐT. Còn sinh viên sẽ có sự định hướng và lựa chọn nghề nghiệp phù hợp với năng lực của bản thân ngay từ đầu, đồng thời kiểm nghiệm được giá trị và hiệu quả của những tri thức đã học. ♦

Tài liệu tham khảo:

1. Vụ Thương mại điện tử, Bộ Thương mại, *Báo cáo thương mại điện tử năm 2006 đến 2010*.
2. <http://www.ecvn.com>.
3. <http://www.viechay.ecvn.com>.
4. <http://www.sinhvien.mot.gov.vn>.
5. <http://www.vietnamnet.vn>; <http://www.evision.vn>.

Summary

In the context that Vietnam human resources in general and in e-commerce in particular lack professional training, thus unable to meet the standard of typical e-commerce enterprises, also to fulfill the campaign "Training to Meet the Social Demand" advocated by Ministry of Education and Training, some universities and colleges in Vietnam have started their training services in E-commerce – a speciality that requires a close link between education and business practice. However, this training process is facing many difficulties. The author generalizes some typical problems in the training process drawn from the reality of Vietnam University of Commerce – the first university to provide this training speciality; on that basis, he recommends some solutions to help solve these problems.