

## CÁC XU HƯỚNG ĐÀO TẠO NHÂN LỰC THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

ĐOÀN THỊ MỸ HẠNH\* –TRỊNH THÙY ANH\*\*

### GIỚI THIỆU

Sự bùng nổ của công nghệ thông tin và sự hội tụ giữa các dịch vụ viễn thông – truyền thông như điện thoại, fax, internet, e-mail... đã tác động mạnh mẽ đến hoạt động kinh doanh, thương mại của các tổ chức, cá nhân trong phạm vi toàn cầu. Tự do hóa kinh tế, toàn cầu hóa và khu vực hóa nhờ đó cũng được đẩy nhanh tốc độ và trở thành xu thế tất yếu. Trong bối cảnh đó thương mại truyền thống không còn đáp ứng được nhu cầu giao dịch của các doanh nghiệp nữa. Thương mại điện tử ra đời và phát triển nhanh chóng nhờ ưu thế không bị giới hạn về thời gian và địa lý nên cho phép thu thập được nhanh và nhiều những thông tin về thị trường, giảm chi phí giao dịch.

TMĐT bao gồm nhiều loại hình đa dạng, trong đó chủ yếu là các loại hình B2B<sup>(1)</sup>, B2C<sup>(2)</sup> và B2G<sup>(3)</sup>. B2B là loại hình kinh doanh TMĐT trong đó giao dịch tài chính và thương mại xảy ra trực tiếp giữa các doanh nghiệp với nhau. B2C mô tả các giao dịch thương mại giữa các công ty phục vụ các khách hàng bằng các sản phẩm hoặc dịch vụ cụ thể. Khối lượng các giao dịch B2B nhiều hơn so với các giao dịch B2C. Đó là vì các giao dịch B2B là các giao dịch cung ứng nguyên vật liệu, mua bán máy móc thiết bị nên giá trị của một giao dịch thường là nhiều hơn hẳn so với một giao dịch B2C chỉ xảy ra ở giai đoạn bán hàng cho người tiêu dùng cuối cùng. B2G là mô hình giao dịch TMĐT giữa các doanh nghiệp và chính phủ, qua các giao dịch thương mại, tài chính, hành chính, quảng bá, truyền thông, marketing, quan hệ công chúng. Như vậy, có thể thấy phạm vi hoạt động của TMĐT rất rộng, bao quát hầu hết các lĩnh vực hoạt động kinh tế, trong đó hoạt động mua bán hàng hóa và dịch vụ chỉ là một phần rất nhỏ trong TMĐT.

Nền kinh tế nước ta đang trong tiến trình hội nhập, nhưng hiện nguồn nhân lực chuyên trách về TMĐT chỉ mới có một số là các nhân viên kinh doanh, hoặc nhân viên tin học được đào tạo ngắn hạn về TMĐT. Trong vài năm sắp tới, nhu cầu nhân lực về TMĐT sẽ tăng nhanh theo sự phát triển của thị trường, nếu không có chiến lược và chính sách đào tạo nhân lực ngay từ bây giờ thì chắc chắn sẽ xảy ra tình trạng thiếu hụt nhân lực về TMĐT. Thế nhưng đào tạo nhân lực về TMĐT như thế nào để đáp ứng được nhu cầu? Với mong muốn tham gia bàn luận nhằm góp phần trong việc đi tìm câu trả lời cho câu hỏi trên, bài viết này đề cập đến vấn đề định hướng chương trình đào tạo bậc đại học trong đào tạo nhân lực về TMĐT.

### NHU CẦU NHÂN LỰC VỀ TMĐT

Phát triển TMĐT đã trở thành một xu thế tất yếu của thời đại trên phạm vi toàn cầu. Với sự đầu tư, khuyến khích của các nước trên thế giới đặc biệt là Mỹ, Canada, EU,

\* Tiến sĩ, Trưởng Khoa Quản trị kinh doanh, Trường ĐHM TP. Hồ Chí Minh

\*\* Tiến sĩ, Phó Trưởng Khoa Quản trị kinh doanh, Trường ĐHM TP. Hồ Chí Minh

APEC, Australia, Singapore, Nhật cùng với các tổ chức quốc tế như WTO, OECD, UNCTAD, UNCITRAL, WIPO, ICANN... TMĐT ngày càng đóng vai trò quan trọng trong hoạt động thương mại của các quốc gia và thế giới. Theo số liệu của hãng nghiên cứu comScore Networks thì doanh thu thương mại điện tử của Mỹ năm 2006 đạt 102,1 tỉ USD, tăng 24% so với năm 2005. Theo Trung tâm thông tin mạng Internet Trung Quốc, thì năm 2005 doanh thu thương mại điện tử của Trung Quốc có khả năng đạt trên 16 tỷ USD. Theo báo cáo của Chính phủ Hàn Quốc thì doanh thu thương mại điện tử của Hàn Quốc tăng bình quân 16%/năm, 4 tháng đầu năm 2007 đạt mức 1,3 tỷ USD.

Ở nước ta, từ đầu những năm 2000 đến nay TMĐT thực sự đã được đầu tư, khuyến khích phát triển từ phía các cơ quan quản lý nhà nước và sự tích cực tham gia của các doanh nghiệp. Thủ tướng Chính phủ đã thông qua “*Kế hoạch tổng thể phát triển TMĐT giai đoạn 2006 - 2010*” (theo Quyết định số 222/2005/QĐ-TTg ngày 15/9/2005 của Thủ tướng Chính phủ) và Dự án quốc gia 191 “*Hỗ trợ doanh nghiệp ứng dụng công nghệ thông tin phục vụ hội nhập và phát triển giai đoạn 2005 - 2010*”. Các cơ quan quản lý nhà nước về TMĐT cũng có nhiều biện pháp cụ thể nhằm phát triển TMĐT như xây dựng sàn giao dịch TMĐT giữa doanh nghiệp với doanh nghiệp (B2B); xây dựng cổng TMĐT quốc gia. Các doanh nghiệp cũng đã tích cực và chủ động tham gia TMĐT với nhiều mô hình kinh doanh khác nhau như siêu thị trực tuyến trong các ngành nghề như thiết bị điện tử, viễn thông, phần mềm, sản phẩm số hóa, sách, hàng thủ công mỹ nghệ, các dịch vụ như CNTT và truyền thông, du lịch, thông tin, tư vấn...

TMĐT Việt Nam đã có những bước tiến rất đáng kể. Hành lang pháp lý cho TMĐT được hình thành với sự bổ sung và sửa đổi những điều khoản liên quan đến TMĐT trong Luật giao dịch điện tử, Luật công nghệ thông tin, Luật Thương mại, Luật Dân sự, Luật Hải quan, Luật sở hữu trí tuệ, và bổ sung những văn bản điều chỉnh cụ thể như Nghị định TMĐT, nghị định về chữ ký điện tử và dịch vụ chứng thực điện tử, nghị định về dịch vụ tài chính và ngân hàng điện tử...

Hầu như tất cả các bộ, ngành, thành phố và cả các tỉnh đều đã có website cung cấp nhiều thông tin đa dạng và cần thiết cho doanh nghiệp. Một số cơ quan nhà nước ở Trung ương và địa phương đã bắt đầu cung cấp trực tuyến dịch vụ công ở mức đơn giản như cấp đăng ký kinh doanh điện tử, khai hải quan điện tử, đấu thầu mua sắm công, cấp chứng nhận xuất xứ điện tử... đã tạo điều kiện cho các doanh nghiệp phát triển các giao dịch điện tử. Số doanh nghiệp tham gia các sàn TMĐT B2B của Việt Nam cũng như của nước ngoài tăng rất nhanh. Nhiều doanh nghiệp đã tìm được đối tác mới, hợp đồng mới qua các chợ “ảo” này. Việc sử dụng thư điện tử trong giao dịch kinh doanh hiện đã trở nên phổ biến... Ngoài ra còn có 50 tổ chức xúc tiến các hoạt động thương mại tại Việt Nam, có văn phòng tại các địa phương, tỉnh thành trong cả nước; 44 Thương vụ Việt Nam hoạt động tại các nước trên thế giới; 141 công ty thương hiệu Việt thuộc 20 lĩnh vực kinh doanh – dịch vụ - sản xuất hoạt động có hiệu quả qua mạng Internet<sup>(4)</sup>. Như vậy mặc dù hiện nay TMĐT ở nước ta chưa phát triển mạnh nhưng đang có môi trường khá thuận lợi để phát triển, cùng với những tiện ích của TMĐT, trong những năm sắp tới

chắc chắn số doanh nghiệp tham gia các sàn giao dịch điện tử sẽ tăng nhanh, nhu cầu về nhân viên bán hàng, marketing, thanh toán qua mạng vì vậy cũng sẽ tăng nhanh.

Theo cuộc khảo sát của Bộ Công Thương trong năm 2006 với 1.000 doanh nghiệp (chủ yếu ở khu vực đô thị), số lượng doanh nghiệp có website chiếm từ 20-25%. Tuy nhiên hoạt động TMĐT trong các website này còn chưa đạt hiệu quả. Chức năng của các website này chủ yếu là giới thiệu công ty (chiếm 93,8%), giới thiệu sản phẩm, dịch vụ (chiếm 62,5%), trong khi tính năng giao dịch TMĐT cho phép đặt hàng còn hạn chế (chỉ chiếm 27,4%), hoạt động thanh toán trực tuyến gần như chưa đáng kể (chỉ có 3,2%).

Hiện nay chưa có nhiều doanh nghiệp cung cấp dịch vụ, tư vấn, thiết kế, hỗ trợ để phát triển hoạt động TMĐT, mới chỉ có 9 công ty tại Việt Nam đang cung cấp các dịch vụ này<sup>(5)</sup>. Tuy nhiên, một khi các tổ chức và các doanh nghiệp mở rộng các hoạt động giao dịch qua mạng, nhu cầu về các dịch vụ hỗ trợ cũng sẽ tăng theo, đòi hỏi phải có một đội ngũ chuyên viên về CNTT có hiểu biết về hoạt động thương mại và các giao dịch thương mại để đáp ứng nhu cầu cho các doanh nghiệp chuyên cung cấp các dịch vụ liên quan đến TMĐT như thiết kế và quản trị website, an ninh mạng...

Tóm lại, Việt Nam đang trong tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế, phát triển TMĐT là xu thế tất yếu để các doanh nghiệp Việt Nam nâng cao năng lực cạnh tranh. Đào tạo nhân lực TMĐT vì vậy cần được định hướng để có thể đáp ứng kịp thời nhu cầu của xã hội, tránh tình trạng vừa thừa vừa thiếu. Mặt khác, cũng cần nhận thức rõ việc phát triển TMĐT trong khối các doanh nghiệp nhà nước với đặc tính thiếu linh hoạt và sáng tạo trong kinh doanh là hết sức hạn chế. Muốn phát triển được TMĐT Việt Nam, cần có chính sách chú trọng vào nhóm đối tượng chính là các doanh nghiệp nhỏ và vừa thuộc thành phần kinh tế tư nhân. Rõ ràng, để phát triển kinh tế Việt Nam nói chung, tư nhân hóa và cổ phần hóa doanh nghiệp là đòi hỏi tất yếu. TMĐT có thể giúp các doanh nghiệp nhỏ và vừa này khai thác tối đa năng lực cạnh tranh, nâng cao tính nhanh nhẹn, sắc bén trong kinh doanh. Vì vậy đào tạo nguồn nhân lực cho TMĐT Việt Nam trong thời gian sắp tới cần hướng tới nhóm đối tượng phục vụ cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa trong khối tư nhân.

### **ĐÀO TẠO TMĐT Ở MỘT SỐ NƯỚC TRÊN THẾ GIỚI**

Trong khoảng 10 năm gần đây, nhiều trường đại học và cao đẳng tại các quốc gia trên thế giới đã tiến hành đào tạo ngành TMĐT. Canada chủ yếu đào tạo trình độ cao đẳng. Các nước khác như Mỹ, Australia, Singapore, Hàn Quốc và Thái Lan thì đào tạo trình độ đại học và cả thạc sĩ. Số lượng trường đào tạo và số sinh viên theo học ngành này có xu hướng tăng rõ rệt. Đó là do một mặt các trường chủ động mở ngành đào tạo TMĐT, mặt khác các chính phủ cũng có chính sách khuyến khích hỗ trợ cho các trường và khuyến khích phát triển TMĐT. Nhìn chung, đầu tư cho việc đào tạo chuyên ngành TMĐT đòi hỏi chi phí khá lớn, do đó ngành học này thường thu học phí cao hơn các ngành khác.

Tham khảo chương trình đào tạo TMĐT của một số trường thì thấy rằng hầu như ở các nước đều theo hai cách tiếp cận phổ biến, đó là theo hướng thiên về công nghệ thông tin và theo hướng thiên về thương mại. Chương trình giảng dạy và nội dung giảng dạy có sự khác biệt khá rõ giữa hai cách tiếp cận. Đối với cách tiếp cận theo hướng CNTT, sinh viên được học nhiều về các kỹ năng công nghệ với mục tiêu trang bị cho người học kiến thức về kỹ thuật và công nghệ phục vụ cho TMĐT. Ngược lại, đối với cách tiếp cận theo hướng thương mại, sinh viên được học thiên về kinh tế - quản trị kinh doanh để có kiến thức và kỹ năng tiến hành các hoạt động kinh doanh dưới hình thức TMĐT.

Tại Mỹ, đào tạo TMĐT theo hướng thiên về CNTT, với là ngành Hệ thống thông tin quản lý (Management Information System - MIS) là chủ yếu. Do ngành này đã được đào tạo tại Mỹ gần 20 năm, nên số lượng cử nhân, thạc sĩ và tiến sĩ tốt nghiệp ngành Hệ thống thông tin quản lý nhiều gấp hàng chục lần số lượng tốt nghiệp ngành TMĐT.

Ngược lại, Canada và Úc chủ yếu đào tạo TMĐT theo hướng thiên về thương mại. Hàn Quốc là một trong những quốc gia châu Á có tốc độ tăng trưởng TMĐT nhanh và ổn định. Để hỗ trợ phát triển TMĐT, Chính phủ Hàn Quốc đã đề ra “Kế hoạch phát triển nhân lực nguồn TMĐT” và nhiều chương trình hỗ trợ khác. Đào tạo TMĐT ở nước này theo hướng song ngành, tức là có sự kết hợp giữa hai ngành thương mại và CNTT. Tất cả các trường kinh tế - quản trị kinh doanh đều có đào tạo ngành Hệ thống thông tin quản lý (MIS) trình độ đại học và sau đại học<sup>(6)</sup>. Các chương trình đào tạo TMĐT thiên về CNTT không chiếm ưu thế ở Hàn Quốc.

Tại Singapore, các trường kinh tế và quản trị kinh doanh đều có đào tạo TMĐT trình độ đại học và sau đại học theo cả hai hướng CNTT (với ngành Công nghệ thương mại điện tử (E-Business Technology) và hướng thương mại (với ngành Công nghệ thông tin trong doanh nghiệp (Business Information Technology)). Chính phủ Singapore rất chú trọng hỗ trợ phát triển TMĐT, thể hiện qua các dịch vụ chính phủ điện tử đều đang được triển khai trực tuyến.

Thái Lan cũng tập trung đào tạo TMĐT theo hướng song ngành. Ngành học Hệ thống thông tin quản lý có ở 75% số trường đại học ở Thái Lan. Tuy ngành học này được triển khai tại các trường đại học thuộc khối kinh tế và quản trị kinh doanh, nhưng trong chương trình đào tạo vẫn còn một khối lượng kiến thức đáng kể dành cho các môn học chuyên sâu về CNTT. Chính phủ nước này cũng đóng vai trò quan trọng trong phát triển TMĐT, cụ thể là đã xúc tiến thành lập Trung tâm Nguồn lực TMĐT thuộc Trung tâm Công nghệ máy tính và Điện tử Quốc gia.

### **ĐÀO TẠO TMĐT TẠI VIỆT NAM<sup>(7)</sup>**

Theo kết quả cuộc điều tra do Cục TMĐT và CNTT - Bộ Công Thương tiến hành ở 108 trường đại học và cao đẳng thì có 49 trường đã giảng dạy TMĐT nhưng chỉ có 2 trường có khoa TMĐT đào tạo chuyên ngành, còn hầu hết chỉ mới giảng dạy như là một

môn học trong chương trình đào tạo. Hiện chỉ có một số ít trường đào tạo TMĐT tiếp cận theo hướng thiên về thương mại như trường Đại học Bách Khoa Hà Nội với chương trình Thạc sĩ QTKD chuyên ngành TMĐT; trường Đại học Thương mại và Đại học Ngoại thương đào tạo Cử nhân QTKD chuyên ngành TMĐT; trường Cao đẳng dân lập công nghệ thông tin TP. Hồ Chí Minh đào tạo cao đẳng QTKD chuyên ngành TMĐT.

Tiếp cận theo hướng CNTT, có trường đại học Kinh tế TP. HCM đào tạo Cử nhân chuyên ngành Hệ thống thông tin kinh tế, trường Cao đẳng Công nghệ thông tin Hữu nghị Việt – Hàn đào tạo cao đẳng CNTT.

Theo hướng đào tạo song ngành có trường Cao đẳng Công nghệ Viettronics (thuộc Tổng Công ty Điện tử và Tin học Việt nam) đào tạo ngành Quản trị TMĐT.

Đặc thù của ngành đào tạo TMĐT là phải có giờ thực hành nhưng số giờ thực hành trong chương trình đào tạo của các trường hiện nay còn ít, khoảng 27% trên tổng số giờ của chương trình. Thế nhưng hiệu quả của những giờ thực hành cũng không cao do trình độ CNTT của sinh viên nói chung còn yếu, nội dung thực hành TMĐT trong chương trình của một số trường là quá khó đối với sinh viên ngành thương mại hay quản trị kinh doanh. Còn đối với sinh viên CNTT học TMĐT thì lại thiếu những kiến thức cơ bản nhất về kinh tế và kinh doanh. Ngoài ra còn do số lượng máy tính hạn chế và thiếu người hướng dẫn thực hành nên một người phải hướng dẫn cùng lúc rất nhiều sinh viên.

Có thể thấy một trong những nguyên nhân quan trọng khiến các trường đại học ở nước ta chưa thể đẩy mạnh đào tạo TMĐT là do chưa có đội ngũ giảng viên đáp ứng được nhu cầu đào tạo. Chỉ một số ít học đúng chuyên ngành TMĐT ở nước ngoài, số còn lại tự học hoặc theo học các khoá đào tạo trong nước. Với một ngành mới không chỉ đối với nước ta mà còn là mới đối với cả thế giới, tình trạng này là hiển nhiên. Trong điều kiện như vậy nếu tổ chức quản lý sử dụng tốt thì cũng khắc phục được phần nào sự thiếu hụt giảng viên nhưng hiện nay đội ngũ này lại phân tán ở nhiều trường và chưa có sự liên kết giữa các trường nên chưa phát huy được hết năng lực và sức mạnh của đội ngũ này.

### **BA HƯỚNG TIẾP CẬN TRONG ĐÀO TẠO TMĐT**

Theo quyết định số 23/2004/QĐ-BGD&ĐT của Bộ trưởng Bộ Giáo dục và đào tạo về việc ban hành Bộ chương trình khung giáo dục đại học khối ngành Kinh tế - Quản trị kinh doanh thì trình độ đại học có 5 chương trình khung với 5 ngành trong đó có ngành QTKD và Hệ thống thông tin kinh tế. Đây là 2 ngành có thể phát triển chuyên ngành TMĐT. Trong phần hướng dẫn sử dụng chương trình khung của ngành để thiết kế các chương trình đào tạo cụ thể có cho phép các trường được thiết kế phần kiến thức chuyên ngành theo từng lĩnh vực hẹp của ngành hoặc theo hướng phát triển qua một ngành thứ hai khác. Phần kiến thức bổ trợ có thể thiết kế theo hai hướng: (1) Bố trí các nội dung được lựa chọn khá tự do, liên quan tới nhiều ngành đào tạo hoặc (2) Bố trí các

học phần có nội dung thuộc một ngành đào tạo thứ hai khác để có chương trình theo kiểu ngành chính – ngành phụ hoặc song ngành.

Với ngành CNTT thì hiện Bộ Giáo dục và Đào tạo chưa ban hành chương trình khung. Hiện nay các trường Đại học ở nước ta đào tạo CNTT thường có 5 chuyên ngành là Khoa học máy tính, Kỹ thuật máy tính, Hệ thống thông tin, Công nghệ PM, Mạng máy tính và viễn thông. Hệ thống thông tin được coi là một trong những chuyên ngành của ngành CNTT, và do đó Hệ thống thông tin kinh tế có thể được coi là chuyên ngành hẹp hơn nữa của chuyên ngành Hệ thống thông tin. Nhưng theo quyết định 23 thì Hệ thống thông tin kinh tế là một ngành thuộc khối ngành Kinh tế - QTKD.

Vận dụng hướng dẫn thiết kế chương trình từ chương trình khung thì có thể thiết kế chương trình đào tạo TMĐT như là một chuyên ngành thuộc ngành QTKD hoặc thuộc ngành Hệ thống thông tin kinh tế. Mặc dù cùng là chuyên ngành TMĐT nhưng có sự khác biệt nhất định khi nó thuộc ngành QTKD và khi nó thuộc ngành Hệ thống thông tin kinh tế.

Trong trường hợp TMĐT là một chuyên ngành của ngành QTKD, chương trình được thiết kế theo hướng thiên về thương mại. Như vậy, mục tiêu đào tạo TMĐT theo hướng này là nhằm trang bị cho người học những kiến thức để có thể kinh doanh thành công trong môi trường kinh doanh điện tử. Người học cần nắm được những đặc trưng, ưu điểm và hạn chế của hình thức kinh doanh trực tuyến để khai thác tối đa thuận lợi, khắc phục hạn chế và hướng tới mục tiêu kinh doanh có hiệu quả. Vì vậy chuyên ngành này triển khai đào tạo thuận lợi ở các trường chuyên về kinh tế - quản trị kinh doanh. Chuyên ngành này chủ yếu trang bị những kiến thức và kỹ năng ứng dụng CNTT trong hoạt động kinh doanh để phát triển ba nhóm đối tượng nhân lực cơ bản, có tính quyết định thành công của TMĐT Việt Nam như sau:

- Đội ngũ cán bộ lãnh đạo, quản lý doanh nghiệp có kiến thức, tầm nhìn và biết hoạch định, tổ chức các kế hoạch triển khai TMĐT của các doanh nghiệp. Chính đội ngũ này sẽ tạo nên sự đột phá cho TMĐT trong thời gian tới.
- Đội ngũ cán bộ trực tiếp triển khai vận hành các mô hình, các hệ thống ứng dụng TMĐT như B2C, B2B, B2G.
- Đội ngũ cán bộ quản lý nhà nước, hành chính công (các bộ ngành, cơ quan nhà nước) có trình độ, kỹ năng, hiểu để xây dựng và đổi mới các cơ chế, chính sách phù hợp với yêu cầu phát triển TMĐT trong tình hình mới. Đội ngũ này là những người có chức năng tham mưu và cùng với sự phát triển của chính phủ điện tử, các hệ thống thông tin hành chính công sẽ tích cực góp phần tạo môi trường “điện tử” thông thoáng, hiệu quả cho nền thương mại quốc gia.

Trong trường hợp TMĐT là một chuyên ngành của ngành Hệ thống thông tin kinh tế, chương trình sẽ được thiết kế theo hướng thiên về CNTT. Mục tiêu đào tạo TMĐT theo hướng này là trang bị cho người học những kiến thức về hạ tầng kỹ thuật TMĐT, có

khả năng thiết kế website, xây dựng hệ thống mạng cho doanh nghiệp, xây dựng và quản lý cổng TMĐT, quản lý các dịch vụ trên cổng như hỗ trợ các thành viên xây dựng cửa hàng ảo, thực hiện các giao dịch mua bán hàng, thanh toán... Chuyên ngành này sẽ được triển khai đào tạo thuận lợi ở các trường có khoa CNTT. Chương trình học này nhằm tới hai nhóm đối tượng chính sau:

- Đội ngũ Giám đốc CNTT, những người quyết định trực tiếp hoặc tham mưu cho các cấp lãnh đạo về quyết định đầu tư hiệu quả cho TMĐT thông qua các chiến lược phát triển, định hướng công nghệ và các quyết định đầu tư về hạ tầng CNTT, nhân lực cần thiết để phát triển TMĐT thành công.

- Đội ngũ cán bộ CNTT chuyên trách phục vụ trực tiếp hoặc gián tiếp cho nhu cầu triển khai TMĐT của các doanh nghiệp và tổ chức. Đội ngũ này có vai trò chức năng: Thiết kế, xây dựng và vận hành kỹ thuật hệ thống với am hiểu nhất định về nghiệp vụ, công tác quản lý kinh doanh TMĐT

Những trường đa ngành vừa có các khoa về Kinh tế, QTKD, hay Thương mại, vừa có khoa CNTT thì ngoài việc đào tạo theo hai hướng như đã nói trên còn có thể thiết kế chương trình dưới dạng song ngành. Mục tiêu của chương trình đào tạo TMĐT theo hướng song ngành là kết hợp cả kiến thức về công nghệ và kiến thức kinh tế - quản trị liên quan đến TMĐT. Người tốt nghiệp chương trình này có khả năng xử lý những vấn đề thuộc về CNTT và cả về thương mại. Do đó có thể đảm nhận các vị trí chuyên viên về TMĐT ở các doanh nghiệp có quy mô lớn, có bộ phận chuyên trách TMĐT hoặc làm việc ở các doanh nghiệp hay tổ chức cung cấp các dịch vụ TMĐT cho các doanh nghiệp mua bán hàng qua mạng có quy mô nhỏ. Chương trình dạng song ngành này cũng có thể triển khai đào tạo cho những người đã tốt nghiệp đại học ngành kinh tế - QTKD học thêm các học phần về TMĐT và CNTT, hoặc những người đã tốt nghiệp ngành CNTT học thêm các học phần về thương mại, QTKD để nhận được bằng đại học thứ hai. Hướng đào tạo này cũng mở ra khả năng tích cực để đào tạo nhanh đội ngũ hướng dẫn thực hành TMĐT cho các trường nhằm bảo đảm chất lượng cho những giờ học thực hành.

TMĐT là một lĩnh vực rộng, cần sự kế thừa các kiến thức kinh tế, thương mại truyền thống và sự sáng tạo trong áp dụng những kiến thức, kỹ năng mới và thành tựu của CNTT và truyền thông. Do vậy để thiết kế chương trình đào tạo TMĐT song ngành phù hợp với yêu cầu thực tế, bên cạnh việc trang bị những kiến thức chung về hạ tầng hệ thống CNTT cho người học, chương trình còn trang bị những kiến thức chuyên sâu về ứng dụng CNTT trong TMĐT cùng những kiến thức về QTKD hỗ trợ trực tiếp cho việc quản trị hệ thống TMĐT. Ba khối kiến thức cần được xây dựng như sau:

- (1) Khối kiến thức về hạ tầng hệ thống CNTT bao gồm:
  - Tổng quan hệ thống CNTT trong TMĐT
  - Khoa học máy tính
  - Phân tích thiết kế hạ tầng CNTT trong TMĐT
  - Quản trị nội dung, thông tin dữ liệu

- An toàn, bảo mật thông tin TMĐT
  - Kỹ thuật lập trình
  - Hệ thống cơ sở dữ liệu
- (2) Khối kiến thức về các hệ thống ứng dụng CNTT trong TMĐT bao gồm:
- Hệ thống ứng dụng TMĐT B2B
  - Hệ thống ứng dụng TMĐT B2C
  - Hệ thống ứng dụng TMĐT B2G
  - Quản trị hệ thống CNTT trong TMĐT
- (3) Khối kiến thức quản trị hệ thống TMĐT bao gồm:
- Các mô hình giao dịch kinh doanh TMĐT
  - Điều hành hệ thống TMĐT
  - Chiến lược phát triển TMĐT
  - Quản trị dự án TMĐT
  - Marketing điện tử
  - Pháp luật về TMĐT
  - Chính phủ điện tử

Như vậy, sinh viên sẽ được trang bị những kiến thức cần thiết để đồng thời có năng lực kinh doanh, tinh thông chuyên môn về CNTT, đặc biệt là thành thạo trong ứng dụng CNTT vào hoạt động kinh doanh.

## KẾT LUẬN

TMĐT góp phần hoàn thiện thương mại truyền thống, đồng thời hình thành những mô hình kinh doanh mới; giảm chi phí, nâng cao hiệu quả kinh doanh và làm tăng năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp, đặc biệt là trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế. TMĐT phát triển làm phát sinh nhu cầu về nhân lực cho lĩnh vực này. Muốn có được đội ngũ nhân lực TMĐT cần phải có thời gian để đào tạo. Bài viết này mới chỉ bàn về ba hướng tiếp cận có thể trong thiết kế chương trình đào tạo bậc đại học. Ở bậc cao đẳng có thể không cần theo hướng song ngành vì người tốt nghiệp bậc học này có thể học tiếp lên bậc đại học và có thể chọn chương trình song ngành. Đối với bậc Cao học đào tạo song ngành sẽ thuận lợi hơn vì người học sẽ vừa được nâng cao vừa được mở rộng kiến thức sang ngành thứ hai. Nhu cầu về lao động được đào tạo theo ba hướng này như thế nào hiển nhiên là tùy vào sự phát triển của TMĐT. Do đó dự báo nhu cầu là rất cần thiết để nguồn nhân lực được đào tạo thích ứng với nhu cầu của xã hội. Trên cơ sở tham khảo dự báo nhu cầu, các trường sẽ có kế hoạch đào tạo theo hướng nào tùy vào khả năng và lợi thế của từng trường.

**CHÚ THÍCH**

- (1) B2B (Business-To-Business) Doanh nghiệp với doanh nghiệp.
- (2) B2C (Business-To-Consumer) Doanh nghiệp với người tiêu dùng.
- (3) B2G (Business-To-Government) Doanh nghiệp với chính phủ
- (4) Theo <http://www.vietnamtradefair.com/>
- (5) Theo website Dịch vụ TMĐT [http://www.vietnamtradefair.com/dn/th\\_tmdt.htm](http://www.vietnamtradefair.com/dn/th_tmdt.htm)
- (6) Theo số liệu khảo sát 50 trường đại học lớn của nước này.
- (7) Những số liệu trong phần này tham khảo báo cáo “Tình hình đào tạo TMĐT tại các trường Đại học và Cao đẳng năm 2008” của Cục TMĐT và CNTT - Bộ Công Thương.

**TÀI LIỆU THAM KHẢO**

- 1) Báo cáo “Tình hình đào tạo TMĐT tại các trường Đại học và Cao đẳng năm 2008” của Cục TMĐT và CNTT - Bộ Công Thương
- 2) Bộ chương trình khung giáo dục đại học khối ngành Kinh tế - Quản trị kinh doanh ban hành năm 2004
- 3) Các website: <http://www.hanquocngaynay.com>  
<http://vietnamese-law-consultancy.com>  
<http://www.vietnamtradefair.com/>  
[http://www.vietnamtradefair.com/dn/th\\_tmdt.htm](http://www.vietnamtradefair.com/dn/th_tmdt.htm)

**TÓM TẮT**

Ngày nay, thương mại điện tử (TMĐT) đang phát triển với tốc độ nhanh làm phát sinh nhu cầu rất lớn về nhân lực trong lĩnh vực này. Mặc dù ở nước ta TMĐT chưa phổ biến, doanh thu chưa nhiều nhưng đào tạo nhân lực phải đi trước đón đầu. Bài viết này đề cập đến ba hướng thiết kế chương trình đào tạo sao cho đáp ứng được nhu cầu của xã hội. Từ ba hướng tiếp cận này có thể thiết kế chương trình đào tạo thiên về kinh tế - quản trị kinh doanh (QTKD), thiên về công nghệ thông tin hoặc song ngành với những gợi ý về những kiến thức nên có trong từng loại chương trình.

**SUMMARY**

Nowadays, E-commerce is developing at breakneck speed and generating enormous requirements for manpower. Although E-commerce has not been widespread in our country and has not obtained high sales figures, the training of human resources must be at the forefront. This article is aimed at three approaches for designing training programs to meet the requirements of society. From these three approaches we can design programs with an orientation on economics – business management, informatics or dual-industry with suggestions about the necessary knowledge for each program type.