

NHU CẦU ĐÀO TẠO THẠC SĨ KINH DOANH THƯƠNG MẠI TRONG NỀN KINH TẾ THỊ TRƯỜNG

Bùi Hữu Đạo*,
Trần Việt Hưng**

Tóm tắt: Trong bối cảnh Việt Nam ngày càng hội nhập một cách sâu rộng như hiện nay, nhu cầu về kiến thức kinh doanh càng trở nên cấp thiết. Để áp ứng với sự thay đổi của môi trường kinh doanh (vi mô và vĩ mô), mỗi tổ chức luôn mong muốn nâng cao trình độ đội ngũ lao động của mình. Có thể thực hiện vấn đề này thông qua việc đưa người đi đào tạo, bồi dưỡng (ở các trường đại học,...) để nâng cao trình độ chuyên môn.

Từ khóa: Đào tạo, thạc sĩ, kinh doanh thương mại, kinh tế thị trường.

Abstract: In the context that Vietnam is increasingly integrating deeply and deeply as today, the demand for business knowledge becomes increasingly urgent. In response to changes in the business environment (micro and macro), each organization is eager to improve the level of its workforce. This can be done by sending people for training and retraining (at universities, etc.) to improve their professional qualifications.

Keywords: Training, masters, commercial business, market economy.

1. Đặt vấn đề

Đối với người lao động, trình độ kiến thức được nâng cao giúp cải thiện về thu nhập, hiệu quả làm việc.

Đối với doanh nghiệp, việc đào tạo bồi dưỡng người lao động là một trong những biện pháp quan trọng, giúp doanh nghiệp tăng trưởng và phát triển bền vững. Đặc biệt đối với đội ngũ lãnh đạo của doanh nghiệp, việc nâng cao trình độ kiến thức giúp họ hoàn thiện khả năng phân tích, tổ chức sản xuất, kinh doanh, xây dựng các chương trình, kế hoạch hoạt động của doanh nghiệp hiệu quả hơn.

Để đánh giá nhu cầu đào tạo trình độ thạc sĩ kinh doanh thương mại, vừa qua chúng tôi khảo sát các đối tượng sau:

- Doanh nghiệp tư nhân, nhà nước hoặc có vốn nước ngoài;

.....

- Sinh viên đã tốt nghiệp ngành (hoặc gần) kinh doanh thương mại đang làm việc tại các doanh nghiệp, các tổ chức quản lý kinh tế và quản lý nhà nước, có nhu cầu nâng cao kiến thức chuyên môn ở trình độ thạc sĩ và tiến sĩ;

- Cán bộ quản lý đang làm việc tại các doanh nghiệp nhỏ và vừa (SMEs).

2. Kết quả điều tra khảo sát nhu cầu đào tạo cán bộ quản lý doanh nghiệp vừa và nhỏ (SMEs)

Các nghiên cứu đã chỉ ra rằng, đào tạo là hoạt động học tập nhằm giúp người lao động nâng cao trình độ, kỹ năng và thái độ để thực hiện có hiệu quả hơn công việc; đào tạo được nhắc đến như một giải pháp chiến lược cho hoạt động của doanh nghiệp; đào tạo đồng nghĩa với việc trao cho lao động mới hoặc lao động hiện tại những kỹ năng cần

* Phó Chủ nhiệm khoa Thương mại, Trường ĐH KD&CN Hà Nội.

** Giảng viên khoa Thương mại, Trường ĐH KD&CN Hà Nội.

thiết để hoàn thành công việc của họ. Người quản lý cần đánh giá đúng kỹ năng và kinh nghiệm của người lao động. Đối với cán bộ quản lý, mặc dù các nhà nghiên cứu đưa ra những quan điểm khác nhau về đào tạo và phát triển; song, họ đều thống nhất rằng đào tạo cán bộ quản lý là nỗ lực để nâng cao kết quả hoạt động quản lý bằng cách truyền đạt kiến thức, tăng cường kỹ năng và thay đổi thái độ của các nhà quản lý.

Xuất phát từ những quan điểm đã đưa ra, việc đào tạo cán bộ quản lý của SMEs là một quá trình học tập diễn ra thường xuyên, liên tục, cung cấp những kiến thức và kỹ năng giúp các nhà quản lý SMEs thực hiện hiệu quả hơn các công việc, nhiệm vụ của mình. Nội dung đào tạo cán bộ quản lý SMEs tập trung vào ba nhóm kiến thức:

- (1) Kiến thức và kỹ năng quản lý kinh doanh;
- (2) Kiến thức và kỹ năng hội nhập kinh tế quốc tế;
- (3) Kiến thức, kỹ năng chuyên môn và ngành nghề kinh doanh.

Bảng 1. Mức độ đào tạo kiến thức, kỹ năng cho cán bộ quản lý SMEs

TT	Chủ đề đào tạo	Kết quả chuyên gia		Điều tra thực tế	
		Mức độ cần thiết	Độ lệch chuẩn	Mức độ cần thiết	Độ lệch chuẩn
I Kiến thức và kỹ năng quản lý kinh doanh					
1	Tư duy chiến lược và lập kế hoạch	4,6	0,498	3,25	0,872
2	Ra quyết định và giải quyết vấn đề	4,1	0,403	2,90	0,717
3	Lãnh đạo và động viên	4,5	0,509	3,18	0,688
4	Giao tiếp, đàm phán, thuyết trình	4,37	0,615	2,97	0,760
5	Quản lý nhóm, giao việc, uỷ quyền	4,03	0,490	3,21	0,817
II Kiến thức và kỹ năng hội nhập kinh tế quốc tế					
1	Văn hoá và thị hiếu quốc tế	4,67	0,479	3,10	0,762
2	Pháp luật kinh doanh quốc tế	4,33	0,479	2,21	0,758
3	Ngoại ngữ	4,37	0,615	2,83	0,651
4	Kỹ năng tìm kiếm, khai thác thông tin trực tuyến, kỹ năng sử dụng phần mềm dữ liệu quản lý	4,23	0,568	2,79	0,797
III Kiến thức, kỹ năng chuyên môn, nghiệp vụ và ngành nghề kinh doanh					
1	Kiến thức chuyên môn, nghiệp vụ	4,23	0,679	3,78	0,645
2	Kiến thức ngành nghề kinh doanh	3,97	0,414	3,57	0,618

a) Nội dung đào tạo cán bộ quản lý cho doanh nghiệp nhỏ và vừa

Theo kết quả phỏng vấn và trắc nghiệm chuyên gia, trong ba nhóm kiến thức và kỹ năng cần đào tạo cho cán bộ quản lý SMEs, nhóm kiến thức và kỹ năng quản lý kinh doanh và kiến thức, kỹ năng hội nhập kinh tế quốc tế được các chuyên gia đánh giá cao.

Kết quả điều tra thực tế cho thấy hai nhóm kiến thức, kỹ năng này chưa được các SMEs đào tạo thường xuyên. Nhóm kiến thức và kỹ năng quản lý kinh doanh có mức độ đào tạo chưa cao. Nhóm kiến thức, kỹ năng hội nhập kinh tế quốc tế bắt đầu được các SMEs quan tâm, nhưng mức độ đào tạo còn thấp. Trong đó, theo đánh giá của chuyên gia, kiến thức pháp luật kinh doanh quốc tế, văn hóa và thị hiếu quốc tế, kiến thức, kỹ năng về ngoại ngữ và kỹ năng tìm kiếm thông tin trực tuyến, kỹ năng sử dụng các phần mềm xử lý dữ liệu quản lý ít được đào tạo. Độ lệch chuẩn của các dữ liệu này khá cao.

Nguồn: Khảo sát, điều tra năm 2019

Đối với nhóm kiến thức chuyên môn, nghiệp vụ và ngành nghề kinh doanh, các chuyên gia đồng ý rằng, việc đào tạo nhóm kiến thức này là quan trọng và cần thiết đối với cán bộ quản lý SMEs. Việc chú trọng bổ sung, tích lũy nhóm kiến thức này giúp cán bộ quản lý am hiểu chuyên môn, lĩnh vực kinh doanh của doanh nghiệp, từ đó đưa ra các quyết định quản lý phù hợp và kịp thời.

b) Phương pháp đào tạo cán bộ quản lý

Theo kết quả trắc nghiệm chuyên gia, các phương pháp đào tạo cần thiết và quan trọng đối với cán bộ quản lý SMEs khá đa dạng, bao gồm tự học qua sách, báo, Internet; đào tạo qua giao việc, ủy quyền; đào tạo qua huấn luyện, hướng dẫn bởi lãnh đạo cấp trên; tổ chức đào tạo ngắn hạn; đào tạo trực tuyến; tham quan, trải nghiệm thực tế; tham gia hội thảo, hội nghị, chuyên đề.

Phương pháp luân phiên thay đổi công việc và học tập tại trường chính quy không được các chuyên gia đánh giá cao, do những giới hạn về điều kiện và quy mô hoạt động của SMEs. Kết quả khảo sát thực tế cho thấy, các SMEs khá linh hoạt trong việc sử dụng các phương pháp đào tạo. Các phương pháp đào tạo trong công việc được sử dụng thường xuyên, bao gồm đào tạo qua giao việc, ủy quyền cho cán bộ quản lý; huấn luyện, hướng dẫn bởi lãnh đạo cấp trên. Phương pháp đào tạo ngoài công việc được sử dụng khá phổ biến, bao gồm tự học qua sách, báo, Internet; tổ chức các khóa đào tạo ngắn hạn về quản lý; tham quan, trải nghiệm thực tế. Các phương pháp ít được sử dụng trong đào tạo cán bộ quản lý, bao gồm: luân phiên thay đổi công việc; tham gia hội thảo, hội nghị; học tập tại trường chính quy; đào tạo trực tuyến.

Bảng 2. Mức độ sử dụng các phương pháp cán bộ quản lý SMEs

TT	Phương pháp đào tạo	Kết quả chuyên gia		Điều tra thực tế	
		Mức độ cần thiết	Độ lệch chuẩn	Mức độ cần thiết	Độ lệch chuẩn
1	Huấn luyện, hướng dẫn bởi lãnh đạo cấp trên	4,36	0,551	3,85	0,679
2	Luân phiên thay đổi công việc quản lý	3,13	0,490	2,50	0,677
3	Đào tạo qua giao việc, ủy quyền cho cán bộ quản lý	4,43	0,490	4,08	0,606
4	Tham gia hội thảo, hội nghị, chuyên đề	3,83	,0461	2,98	0,681
5	Học tập tại trường chính quy	2,87	0,507	2,46	0,641
6	Tổ chức đào tạo ngắn hạn về quản lý	4,29	0,747	3,37	0,735
7	Tự học qua sách báo, Internet	4,45	0,507	4,02	0,666
8	Đào tạo trực tuyến	4,07	0,640	2,72	0,715
9	Tham quan, trải nghiệm thực tế	3,90	0,607	3,25	0,711

Nguồn: Khảo sát, điều tra năm 2019

c) Phân tích nhu cầu đào tạo

Kết quả khảo sát về tổ chức đào tạo cho thấy các SMEs có quan tâm đến phân tích nhu cầu đào tạo cán bộ quản lý. Trong đó, việc phân tích nhu cầu đào tạo căn cứ chủ yếu vào phân tích yêu cầu thực hiện công việc; phân tích chiến lược, mục tiêu kinh doanh và kế hoạch nhân lực; phân

tích kết quả thực hiện công việc. Về lý thuyết, việc phân tích nhu cầu đào tạo căn cứ đồng thời vào các yếu tố trên là phù hợp và sát với thực tế.

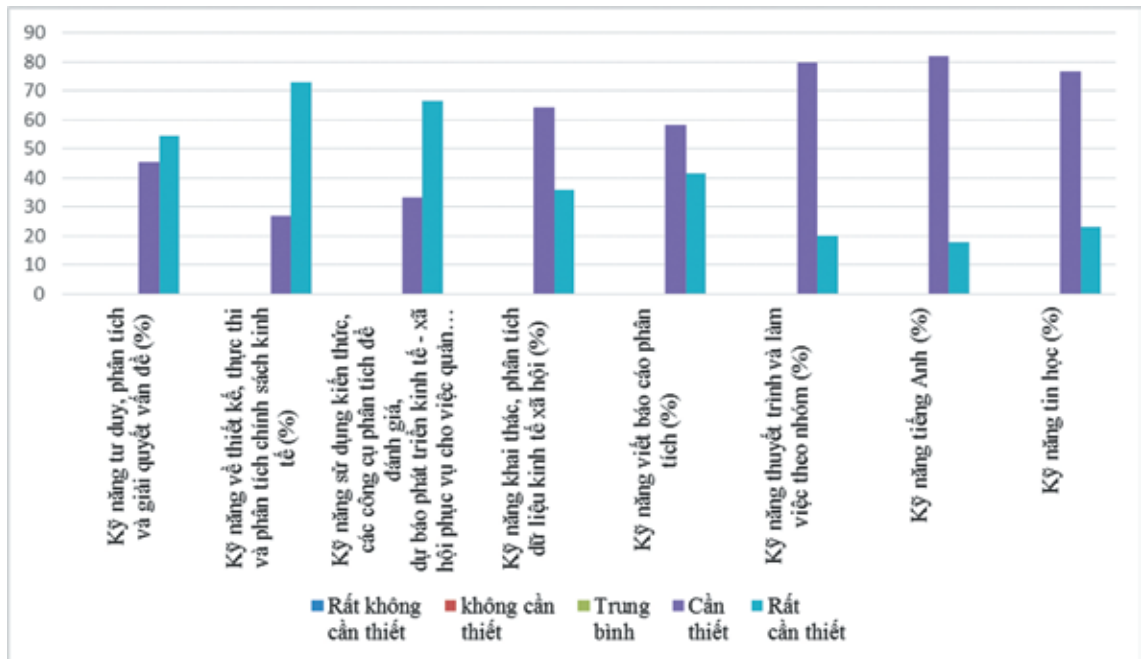
3. Đánh giá mức độ cần thiết đào tạo thạc sĩ kinh doanh thương mại

a) Đánh giá mức độ cần thiết các kỹ năng của chương trình đào tạo

Qua số liệu khảo sát cho thấy, các kỹ năng được quan tâm nhiều nhất đó là các nhóm: kỹ năng sử dụng kiến thức để phân tích dự báo phát triển kinh tế, phục vụ cho

hoạt động quản lý, kỹ năng sử dụng tiếng Anh, kỹ năng sử dụng tin học, tiếp đến các nhóm kỹ năng: Tư duy, phân tích, thực thi... dựa trên hai tiêu chí: cần thiết và rất cần.

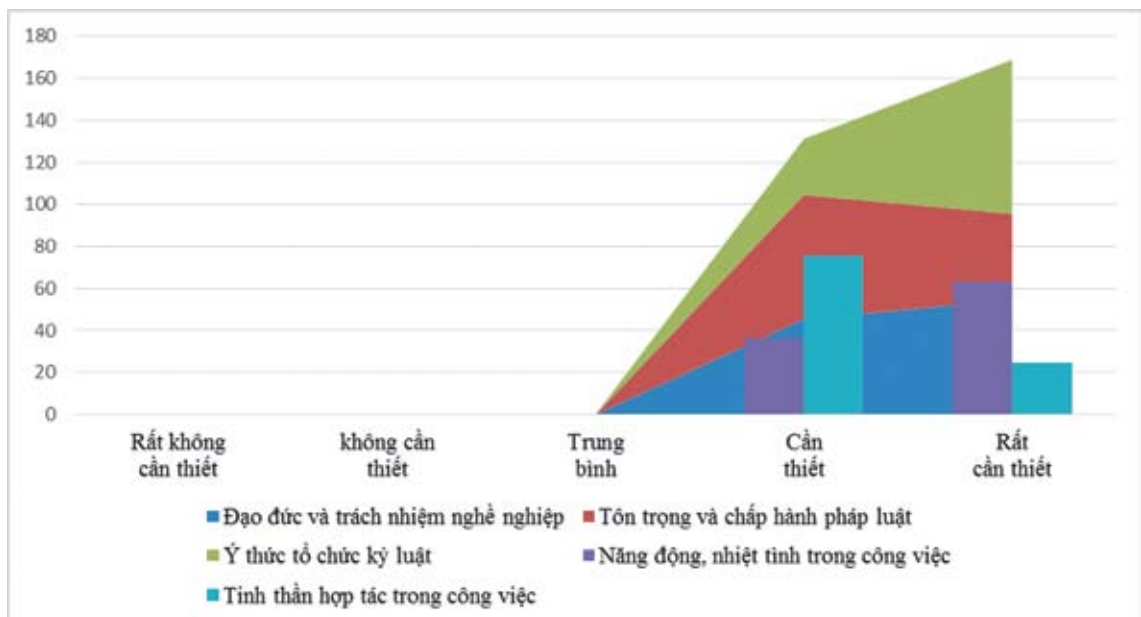
Hình 2. Mức độ cần thiết các kỹ năng của chương trình đào tạo



Nguồn: Khảo sát, điều tra năm 2019

b) Đánh giá mức độ cần thiết các vấn đề của chương trình đào tạo

Hình 3. Yêu cầu về văn hoá và thái độ đối với người lao động



Nguồn: Khảo sát, điều tra năm 2019

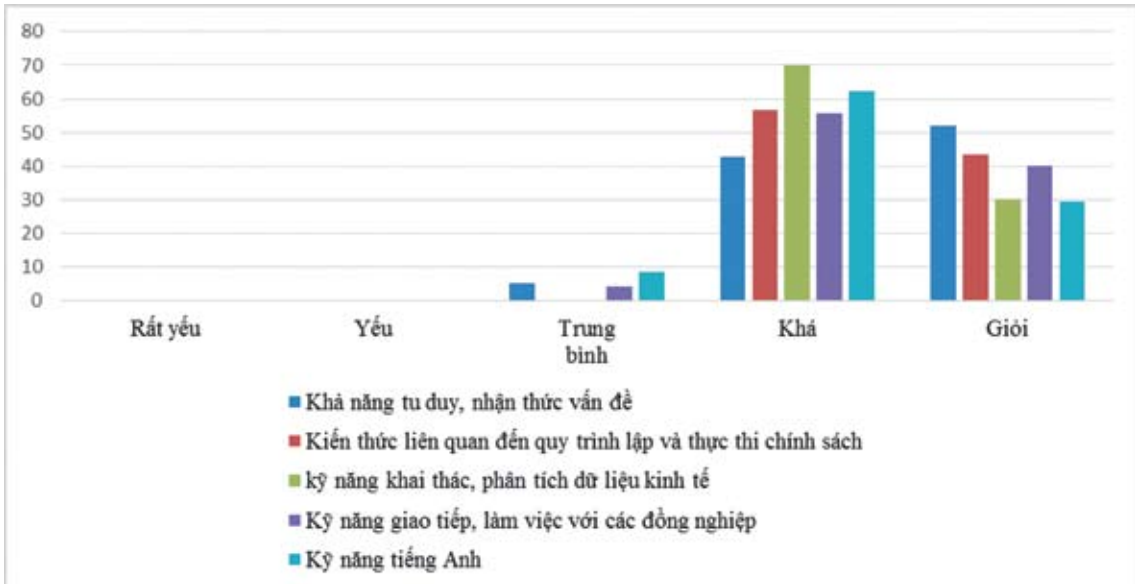
c) *Yêu cầu của tổ chức sử dụng lao động sau khi khảo sát người lao động*

- Việc đào tạo sẽ giúp cho người lao động tăng được ý thức tổ chức kỷ luật, phù hợp với phong cách làm việc hiện đại đối với mỗi doanh nghiệp trong giai đoạn hiện nay;
- Thông qua đào tạo, giúp cho người

lao động có được sự gắn kết và chia sẻ trong công việc, thực hiện hỗ trợ và hợp tác với những thành viên khác trong nhóm, từ đó tạo ra hiệu quả cao trong lao động và phát huy được tính sáng tạo.

4. Đánh giá thực trạng kỹ năng, kiến thức của các cử nhân và thạc sĩ

Hình 4. Kỹ năng và kiến thức sau đào tạo thạc sĩ



Nguồn: Khảo sát, điều tra năm 2019

Khảo sát lao động có trình độ thạc sĩ đang làm việc trong các doanh nghiệp sử dụng, cho kết quả: nhận thức vấn đề, khả năng khai thác dữ liệu, phân tích và đánh giá tình hình, kỹ năng giao tiếp với nhóm, tiếng Anh đều được đánh giá đạt mức khá, giỏi. Qua đó, việc đạo tạo thạc sĩ giúp cải thiện không chỉ trình độ chuyên môn mà còn cải thiện năng lực của người lao động trong quá trình thực hiện các công việc tại đơn vị công tác.

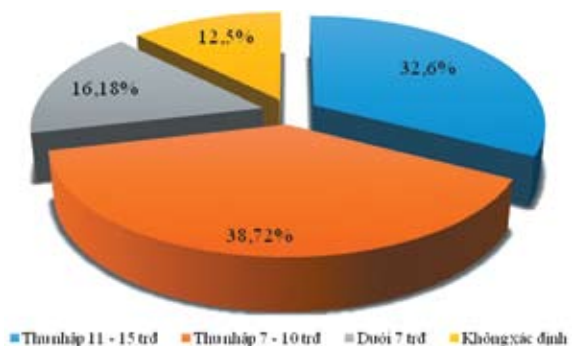
5. Kết quả khảo sát điều tra đối với sinh viên và cựu sinh viên

a) *Thu nhập hàng tháng đối với cựu sinh viên*

Thu nhập hàng tháng của cựu sinh viên Trường Đại học Lâm nghiệp ở mức trung bình so với xã hội; đa số có thu

nhập từ 11-15 triệu/tháng (32,6%). Phần lớn sinh viên mới ra trường có thu nhập ở mức dưới 7 triệu và 7-10 triệu/tháng. 12,5% đối tượng khảo sát không điền thông tin vào mục thu nhập (H.5).

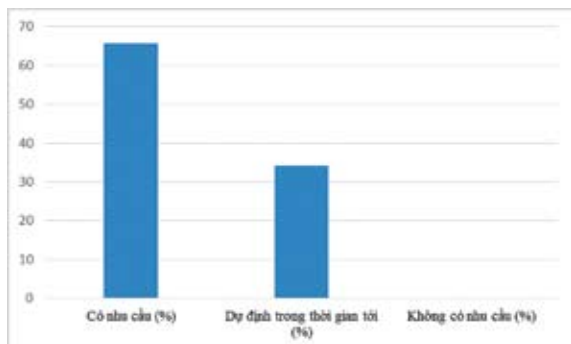
Hình 5. Mức thu nhập của cựu sinh viên



Nguồn: Khảo sát 2019

b) Khả năng tham gia đào tạo thạc sĩ kinh doanh thương mại

Hình 6. Khả năng tham gia đào tạo thạc sĩ kinh doanh thương mại



Nguồn: Khảo sát 2019

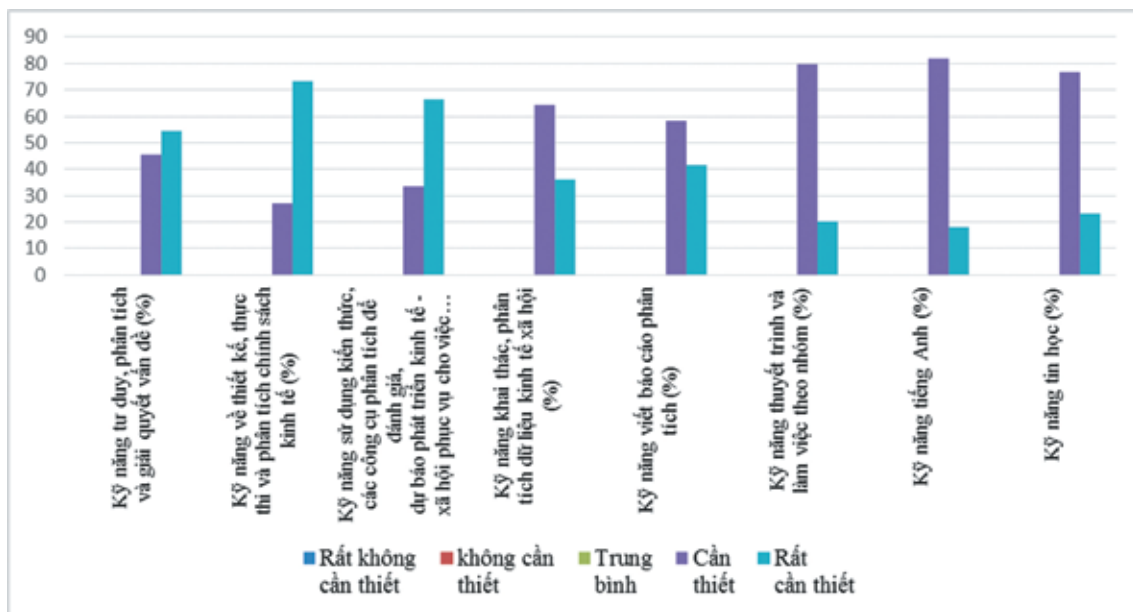
Trong kết quả khảo sát đối tượng người có nhu cầu tham gia chương trình đào tạo thạc sĩ kinh doanh thương mại, gần 70% người được hỏi có nhu cầu; hơn

30% sẽ tiến hành học trong thời gian tới. Kết quả trên cho thấy nhu cầu đào tạo thạc sĩ kinh doanh thương mại trong giai đoạn hiện nay đang cao, đặc biệt là đối với nhóm lao động đang làm việc trong các doanh nghiệp và nhóm sinh viên chuẩn bị tốt nghiệp.

c) Đánh giá thực trạng kỹ năng, kiến thức sau đào tạo thạc sĩ kinh doanh thương mại

Kết quả khảo sát sinh viên sắp tốt nghiệp và cựu sinh viên về những kỹ năng cần thiết sau chương trình đào tạo thạc sĩ, nội dung được quan tâm nhiều nhất: kỹ năng thuyết trình và làm việc nhóm, kỹ năng phân tích và khai thác dữ liệu, kỹ năng viết báo cáo, tiếng Anh. Việc xác định mức độ cần thiết và rất cần thiết đều được lựa chọn ở các nhóm đối tượng là sinh viên sắp tốt nghiệp, người đã đi làm trong các doanh nghiệp.

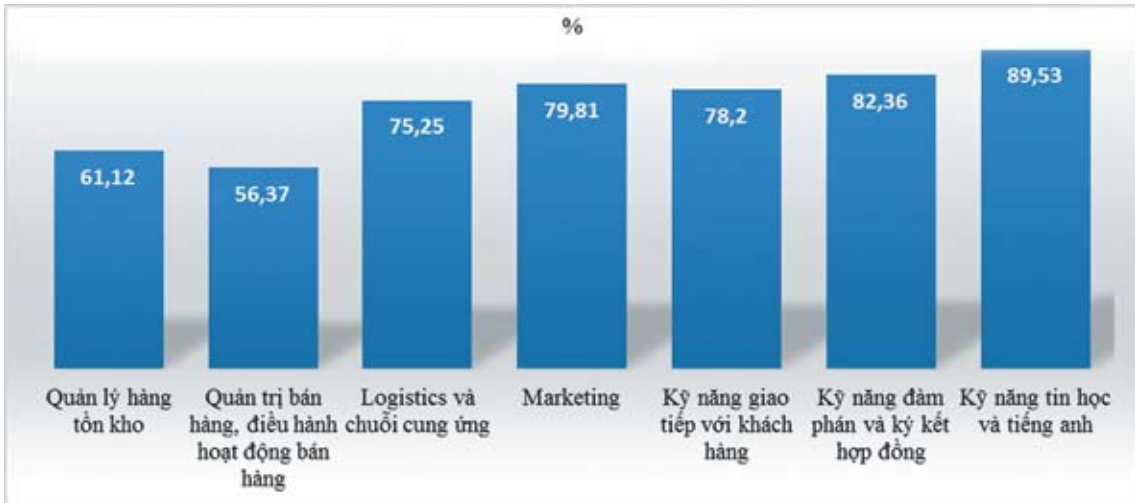
Hình 7. Đánh giá kỹ năng, kiến thức cần thiết trong chương trình đào tạo



Nguồn: Khảo sát, điều tra năm 2019

d) Những kiến thức sinh viên và cựu sinh viên quan tâm trong chương trình đào tạo thạc sĩ kinh doanh thương mại

Hình 8. Nhóm kiến thức được quan tâm đối với người học

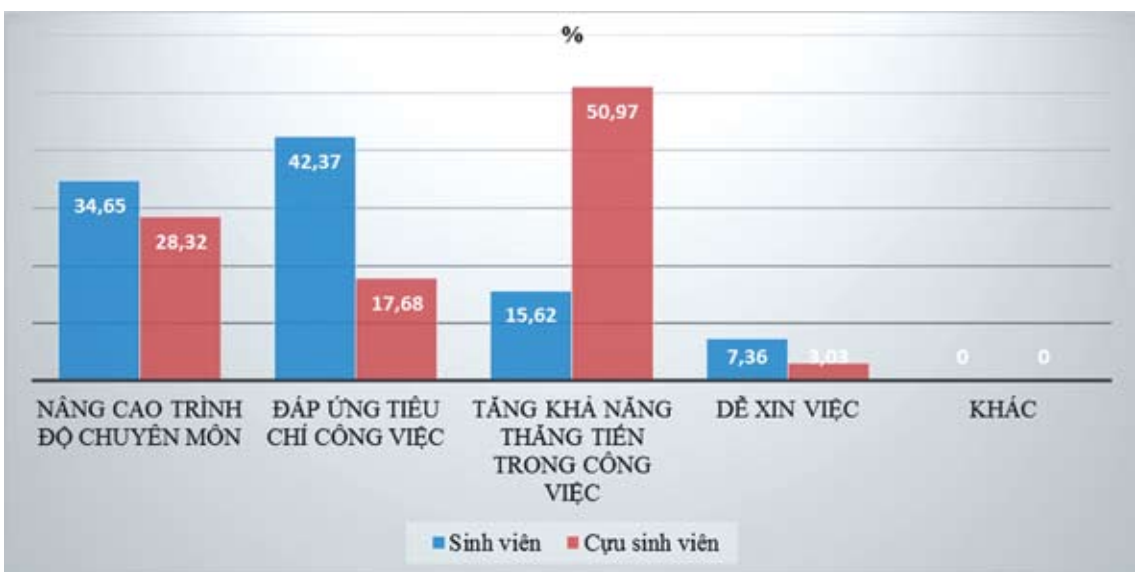


Thông qua số liệu khảo sát thống kê, các nhóm kiến thức logistics (75,25%), marketing (79,81%), kỹ năng đàm phán ký kết hợp đồng (82,36%), tin học và tiếng Anh (89,53%) được quan tâm nhiều nhất. Những nhóm kiến thức trên đáp ứng nhu cầu công việc của người học sau khi tốt nghiệp đồng thời cũng xác định rõ

đối tượng phục vụ là các doanh nghiệp. Ngoài các nhóm được đánh giá cao, những chuyên môn, như quản trị hàng tồn kho, quản trị bán hàng – điều hành hoạt động bán hàng cũng được quan tâm (trên 50%).

e) Mục đích lựa chọn học thạc sĩ kinh doanh thương mại

Hình 9. Mục đích học chương trình thạc sĩ kinh doanh thương mại



Đối với nhóm sinh viên sắp tốt nghiệp, khảo sát cho thấy nhu cầu học giải quyết vấn đề về kiến thức và chuyên môn, đáp ứng công việc sau khi ra trường chiếm 34,65% và 42,37%. Tuy nhiên, đối với nhóm cựu sinh viên, việc theo học chương trình đào tạo thạc sĩ kinh doanh thương mại sẽ giúp cho người học cải thiện vị trí trong doanh nghiệp (50,97%). Ngoài ra, tham gia chương trình đào tạo với mục đích nâng cao trình độ chuyên môn và đáp ứng các yêu cầu công việc khác cũng được đánh giá ở mức cao, lần lượt là 28,32% và 17,68%.

6. Kết luận

Đào tạo gắn với nhu cầu của doanh nghiệp là xu hướng tất yếu trong cơ chế thị trường. Việc gắn kết này sẽ mang lại nhiều lợi ích cho cả các cơ sở đào tạo đại học lẫn doanh nghiệp. Ở nước ta hiện nay, mặc dù các trường đại học và doanh nghiệp đã nhận thức được lợi ích của việc hợp tác với nhau, nhưng do vấn đề mới mẻ nên các bên còn lúng túng, chưa thực sự quyết tâm hợp tác.

Để đáp ứng nhu cầu của doanh nghiệp, các quy định tuyển sinh và quy mô đào tạo của các cơ sở đào tạo cần phải căn cứ vào yêu cầu (kiến thức, kỹ năng, nghiệp vụ, phẩm chất nghề nghiệp) của từng vị trí công việc và nhu cầu phát triển nhân lực của doanh nghiệp. Mặt khác, hiện nay Việt Nam đã tham gia Hiệp định đối tác toàn diện và tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP) với 11 nước

thành viên: Australia, Brunei, Canada, Chile, Nhật Bản, Malaysia, Mexico, New Zealand, Peru, Singapore và Việt Nam. Tổng sản phẩm quốc nội của 11 quốc gia thuộc CPTPP chiếm 13,4% tổng giá trị GDP toàn cầu và bao trùm thị trường gần 500 triệu người với tổng kim ngạch thương mại vượt 10.000 tỷ USD. Hiệp định đối tác toàn diện và tiến bộ xuyên Thái Bình Dương là một trong những hiệp định thương mại tự do chất lượng cao, toàn diện với mức độ cam kết sâu nhất từ trước đến nay. Vì thế, nó mang lại rất nhiều lợi ích về cải cách thể chế, xuất khẩu, tham gia chuỗi cung ứng khu vực và toàn cầu. Tuy nhiên, cạnh tranh đối với các SMEs Việt Nam sẽ gặp nhiều khó khăn, đòi hỏi mỗi doanh nghiệp phải có sự thay đổi phù hợp với tình hình mới. Một trong những yếu tố đó là thay đổi chất lượng nguồn nhân lực.

Việc thực hiện đào tạo đối với ngành kinh doanh thương mại ngày càng trở nên cần thiết trong giai đoạn hiện nay. Các số liệu khảo sát và điều tra cho thấy nhu cầu đối với đào tạo lĩnh vực kinh doanh thương mại ngày càng lớn, ngay cả đối với những người sử dụng lao động là các SMEs của Việt Nam. Việc thay đổi này sẽ giúp cho doanh nghiệp có cơ hội tiếp cận tốt hơn với chuẩn mực mới trong hoạt động thương mại, phù hợp với môi trường cạnh tranh cao và tận dụng được cơ hội mở rộng thị trường, tăng tính cạnh tranh trong tương lai./.

Tài liệu tham khảo

1. Khoa Thương mại (2019). *Số liệu khảo sát doanh nghiệp vừa và nhỏ*. Trường Đại học Kinh doanh và Công nghệ Hà Nội.
2. VCCI (2018). *Văn kiện Hiệp định CPTPP và các tóm tắt*.
3. CPTPP: *nhieu cơ hội, không ít thách thức đối với doanh nghiệp Việt Nam*. Tạp chí Công Thương, số 12/2018.
4. Bộ Kế hoạch và Đầu tư - Cục Phát triển doanh nghiệp (2017). *Sách trắng doanh nghiệp nhỏ và vừa*. Hà Nội.