

# ĐÀO TẠO NGUỒN NHÂN LỰC TRONG LĨNH VỰC THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP

**Đàm Thanh Tú**

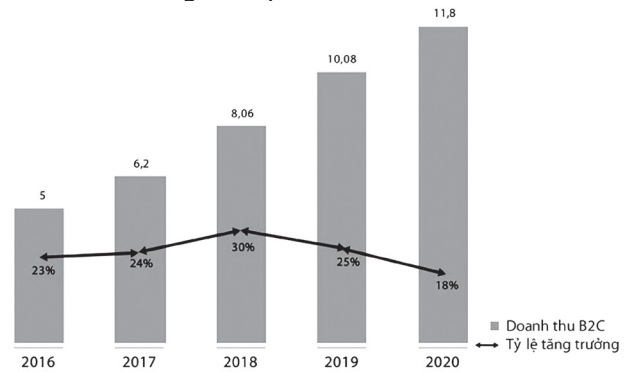
Học viện Chính sách và Phát triển, Bộ Kế hoạch và Đầu tư

Trong vài năm gần đây, nguồn nhân lực cho thương mại điện tử (TMĐT) và đặc biệt nguồn nhân lực chất lượng cao luôn là vấn đề lớn gây cản trở cho quá trình phát triển TMĐT trong nước. Để đạt được mục tiêu đề ra, Việt Nam cần quan tâm phát triển một nguồn nhân lực đủ mạnh cả về số lượng, lẫn chất lượng trong lĩnh vực TMĐT. Bài viết sau sẽ trao đổi về thực trạng nhân lực TMĐT trong các doanh nghiệp ở Việt Nam để từ đó đề xuất một số giải pháp để phát triển nguồn nhân lực trong lĩnh vực này thời gian tới.

## Việt Nam là một trong những thị trường thương mại điện tử tiềm năng nhất khu vực ASEAN

Những năm gần đây, “thương mại điện tử” (TMĐT) đã không còn là khái niệm xa lạ với đại đa số người dân Việt Nam. Đặc biệt, kể từ khi đại dịch COVID-19 xảy ra đã mang đến nhiều biến động đối với nền kinh tế và sự tăng trưởng bứt phá của TMĐT đã góp phần đưa Việt Nam trở thành một trong những thị trường tiềm năng nhất khu vực ASEAN. Thị trường TMĐT đang trở nên sôi động hơn và việc ứng dụng công nghệ số, xây dựng kênh phân phối mới đang trở thành một phương án hữu hiệu cho các doanh nghiệp Việt vượt qua khó khăn, mang đến cơ hội mới từ phía cầu thị trường trên cơ sở làm thay đổi thói quen mua hàng của người tiêu dùng, chuyển từ thói quen mua hàng truyền thống sang mua hàng qua TMĐT. Cụ thể, theo Báo cáo TMĐT các nước Đông Nam Á năm 2019 cho thấy, tốc độ tăng trưởng trung bình cho cả giai đoạn 2015-2025 của thương mại điện tử Việt Nam là 29%. Dự báo đến năm 2025, quy mô thương mại điện tử của Việt Nam sẽ vượt tới ngưỡng 43 tỷ USD và đứng thứ 3 trong khối ASEAN (Google, Temasek và Brain&Company, 2019). Ngoài ra, theo Báo cáo của Cục TMĐT và kinh tế số (iDEA), Bộ Công Thương thì thị trường TMĐT bán lẻ Việt Nam trong 5 năm gần đây có sự biến động như sau:

Hình 1. Doanh thu TMĐT B2C ở Việt Nam giai đoạn 2016-2020



Nguồn: iDEA, 2021.

Hình 2. Một số chỉ tiêu TMĐT của Việt Nam giai đoạn 2016-2020

	2016	2017	2018	2019	2020
Ước tính số lượng người tiêu dùng mua sắm trực tuyến (triệu người)	32,7	33,6	39,9	44,8	49,3
Ước tính giá trị mua sắm trực tuyến của một người (USD)	170	186	202	225	240
Tỷ trọng doanh thu TMĐT B2C so với tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng cả nước	3%	3,6%	4,2%	4,9%	5,5%
Tỷ lệ người dân sử dụng Internet	54,2%	58,1%	60%	66%	70%

Nguồn: iDEA, 2021.

Mặt khác, thói quen mua hàng của người tiêu dùng Việt Nam cũng có những thay đổi tích cực. Từ việc chỉ quen với giao dịch kinh doanh truyền thống, mặt đối mặt, được cầm, nắm và có thể được thử sản phẩm, thì nay người dân Việt Nam đã dần tiếp cận và yêu thích hình thức mua sắm trực tuyến. Tuy nhiên, song hành với những cơ hội phát triển thì TMĐT ở Việt Nam cũng gặp không ít những thách thức trong việc xây dựng thị trường TMĐT lành mạnh, bền vững. Hiện nay, nguồn nhân lực cho lĩnh vực TMĐT ở nước ta hiện nay thực sự đang thiếu hụt cả về số lượng và chất lượng, bởi đa số các ứng viên trong lĩnh vực này chưa được đào tạo bài bản, chuyên sâu. Trong kế hoạch tổng thể phát triển TMĐT quốc gia giai đoạn 2021 - 2025 của Chính phủ, đối với phát triển nguồn nhân lực cho TMĐT, phấn đấu đến năm 2025, 50% cơ sở giáo dục đại học và giáo dục nghề nghiệp

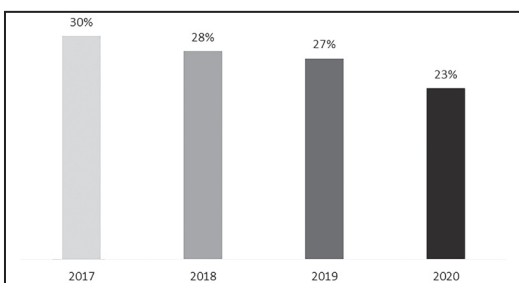
triển khai đào tạo về TMĐT; 1 triệu lượt doanh nghiệp (DN), hộ kinh doanh, cán bộ quản lý nhà nước, sinh viên được tham gia các khóa đào tạo về kỹ năng ứng dụng TMĐT (iDEA, 2021).

Như vậy, để TMĐT ngày càng phát triển, là một trong số những lĩnh vực chủ chốt của nền kinh tế số ở Việt Nam, đưa giá trị đóng góp của kinh tế số chiếm 20% GDP vào năm 2025 như mục tiêu của Quyết định số 749/QĐ-TTg ngày 03 tháng 6 năm 2020 của Thủ tướng Chính phủ thì việc đẩy nhanh đào tạo nguồn nhân lực cho lĩnh vực TMĐT trở thành nhiệm vụ quan trọng và cấp thiết hiện nay.

### Thực trạng nguồn nhân lực trong lĩnh vực TMĐT ở Việt Nam

Trong nhiều năm qua, nguồn nhân lực cho TMĐT và đặc biệt nguồn nhân lực chất lượng cao luôn là vấn đề lớn gây cản trở cho quá trình phát triển TMĐT của Việt Nam. Trong đó, khoảng cách giữa hai thành phố trung tâm là Hà Nội và TP. Hồ Chí Minh với các tỉnh thành còn lại là rất lớn. Năm 2020, kết quả khảo sát của Hiệp hội TMĐT Việt Nam (VECOM) cho thấy, tỷ lệ doanh nghiệp có lao động chuyên trách về TMĐT lại giảm nhiều so với các năm trước, một phần cũng do tác động lớn của đại dịch 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.

Hình 3. Tỷ lệ doanh nghiệp Việt Nam có lao động chuyên trách về TMĐT



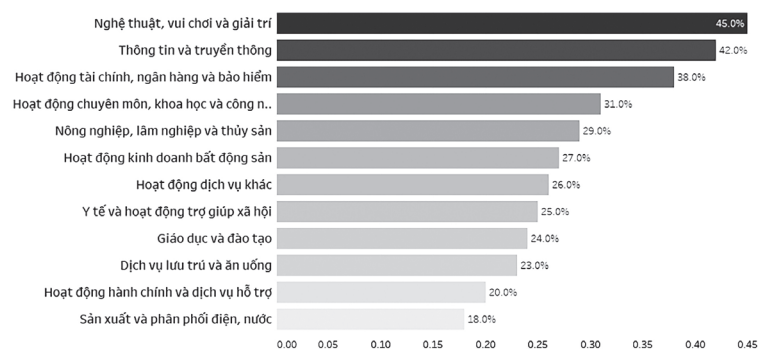
Nguồn: VECOM - Chỉ số TMĐT Việt Nam, 2021

Xét về quy mô doanh nghiệp (DN) thì nhóm các DN vừa và nhỏ có tỷ lệ lao động chuyên trách về TMĐT chỉ bằng một nửa so với nhóm các DN lớn. Cụ thể, trong số liệu 4.693 doanh nghiệp tham gia khảo sát của VECOM trong năm 2020 thì chỉ có 21%

doanh nghiệp nhỏ và vừa có lao động chuyên trách về TMĐT, trong khi đối với các DN lớn thì con số này là 41%.

Trong lĩnh vực kinh doanh của các DN tham gia khảo sát thì Nghệ thuật - vui chơi - giải trí và Thông tin - truyền thông là hai lĩnh vực có tỷ lệ lao động chuyên trách về TMĐT cao nhất, chiếm lần lượt là 45% và 42% trên tổng số DN 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%).

Hình 4. Tỷ lệ DN có lao động chuyên trách về TMĐT theo lĩnh vực kinh doanh



Nguồn: VECOM - Chỉ số TMĐT Việt Nam, 2021.

Kết quả khảo sát của VECOM cũng cho thấy, trong vòng 3 năm trở lại đây, xu hướng DN gặp khó khăn khi tuyển dụng lao động có kỹ năng về TMĐT và công nghệ thông tin ngày càng tăng. Đẩy mạnh 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 trong giai đoạn tới. Kỹ năng quản trị website và sàn giao dịch TMĐT vẫn là kỹ năng được DN quan tâm nhiều nhất trong những năm gần đây, 46% DN cho biết họ gặp khó khăn khi cần tuyển dụng lao động có kỹ năng này (VECOM, 2021).

Theo các chuyên gia trong lĩnh vực TMĐT, thực tế nguồn nhân lực ngành TMĐT cần có kiến thức rộng trong nhiều lĩnh vực như kinh tế, công nghệ thông tin, quản trị và ngoại ngữ nên đòi hỏi thời gian đào tạo dài, các lớp ngắn hạn và dạy nghề chỉ giải quyết tạm thời trong thời điểm thiếu nhân lực. Do vậy, đào tạo chính quy dài hạn tại các cơ sở giáo dục đại học trở thành "cứu cánh" cho nhân lực chất lượng cao của lĩnh vực TMĐT.

Theo khảo sát của Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số thì tỷ lệ sinh viên tốt nghiệp ngành TMĐT có việc làm được ghi nhận tại một số trường Đại học, Cao đẳng đạt tới trên 90%. Hình thức đào tạo TMĐT hiện nay chủ yếu theo đơn đặt hàng chiếm 37%; đào tạo ngắn hạn tập trung 33%, đào tạo chính quy dài hạn chiếm 16%, đào tạo trực tuyến chiếm 9%. Khảo sát từ các công ty cung cấp giải pháp TMĐT thì nguồn nhân lực TMĐT còn đang thiếu hụt, có dưới 30% nhân lực được đào tạo chính quy TMĐT, 55% đào tạo từ các ngành kinh doanh, thương mại, công nghệ thông tin, còn lại là các ngành nghề khác

(IDEA, 2021). Những con số trên phản ánh công tác đào tạo chính quy nguồn nhân lực TMĐT hiện nay mới chỉ đáp ứng phần nào nhu cầu thực tế. Điều đó có nghĩa là nhu cầu nhân lực lĩnh vực TMĐT ngày càng thu hút các bạn trẻ theo học bởi cơ hội việc làm khá rộng mở với mức lương hấp dẫn cùng môi trường làm việc luôn mới mẻ và năng động.

### **Một số giải pháp phát triển nguồn nhân lực trong lĩnh vực TMĐT ở Việt Nam**

Trong thời gian tới, nhằm phát triển nguồn nhân lực TMĐT trong bối cảnh cách mạng công nghiệp 4.0, tới đây cần tập trung vào một số giải pháp sau:

#### **Về phía cơ quan quản lý**

Cần thúc đẩy phát triển TMĐT, tạo ra các mô hình kinh doanh mới hiệu quả hơn trên nền tảng TMĐT để thu hút thêm nhiều lao động từ các ngành nghề khác. Rà soát, bổ sung, sửa đổi và ban hành mới các chính sách, văn bản quy phạm pháp luật theo hướng tạo điều kiện, khuyến khích, hỗ trợ các hoạt động ứng dụng TMĐT và các mô hình kinh doanh mới trên nền tảng công nghệ số. Hoàn thiện hệ thống văn bản pháp quy về quản lý hoạt động kinh doanh TMĐT, bổ sung các quy định về quản lý hoạt động TMĐT xuyên biên giới nhằm tạo môi trường cạnh tranh lành mạnh trong TMĐT.

Tuyên truyền, phổ biến về TMĐT, chuyển đổi số cho cán bộ, hội viên, thanh niên; Tổ chức các tọa đàm, diễn đàn trực tuyến, trực tiếp cho thanh thiếu niên; phối hợp triển khai các hoạt động nâng cao ý thức của thanh niên về bảo vệ thông tin cá nhân khi tham gia các nền tảng số; tuyên truyền phổ biến kiến thức về kinh tế số tới thanh niên Việt Nam.

Nâng cao năng lực quản lý và tổ chức hoạt động TMĐT, đấu tranh chống các hành vi gian lận thương mại, xâm phạm quyền sở hữu

trí tuệ và cạnh tranh không lành mạnh trong TMĐT. Nâng cao năng lực cho đội ngũ thực thi pháp luật về TMĐT tại các địa phương thông qua việc thường xuyên tổ chức bồi dưỡng kiến thức và kỹ năng TMĐT, trang bị các phương tiện hiện đại để hỗ trợ việc theo dõi, giám sát, giải quyết tranh chấp, xử lý vi phạm các hoạt động TMĐT trên môi trường trực tuyến.

Ngoài ra, Chính phủ chỉ đạo các Bộ/Ngành cần đưa ra các chính sách thuế phù hợp nhằm thúc đẩy hoạt động TMĐT ở Việt Nam. Để làm được điều này, Việt Nam nên cân nhắc thành lập "Hội đồng chuyên gia tư vấn cải cách quy định pháp lý và chính sách thuế". Hội đồng tư vấn này sẽ đưa ra các ưu tiên và xác định những quy định pháp lý đang làm cản trở sự tăng trưởng TMĐT ở Việt Nam và đưa ra các giải pháp, khuyến nghị cho cải cách. Các lĩnh vực quy định cần cải cách, điều chỉnh sẽ phải được ưu tiên và cân nhắc trên bối cảnh lợi ích tổng thể của cả nền kinh tế nói chung và của nền kinh tế số nói riêng.

#### **Về phía các doanh nghiệp**

Tăng cường hợp tác liên kết giữa DN với các cơ sở đào tạo, từ khâu tham vấn, định hướng về giáo trình, nội dung kiến thức, dung lượng đào tạo đến khâu tuyển dụng đầu ra. Từ đó, phát huy năng lực và thế mạnh của mỗi bên, khai thác và tận dụng hiệu quả các tiềm năng về cơ sở vật chất, con người, chuyên môn trong việc đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao về TMĐT.

Tăng cường việc tạo điều kiện để nhân sự chuyên về TMĐT tham gia thêm các khóa tập huấn đào tạo thêm về các lĩnh vực liên quan như: Quản trị hệ thống, quản trị kinh doanh, marketing, thương mại, pháp luật quốc tế... để phục vụ hiệu quả cho DN.

#### **Về phía cơ sở giáo dục đại học**

Hợp tác với DN trong việc định hướng về nhu cầu nhân lực TMĐT,

để từ đó có kế hoạch trong việc tuyển sinh đào tạo, quy mô tuyển dụng, thiết kế các môn chuyên ngành liên quan.

Đổi mới các chương trình đào tạo, phương thức đào tạo theo hướng gắn liền với xu thế phát triển của công nghệ và cuộc cách mạng công nghiệp 4.0. Các giáo trình cần liên tục cập nhật, kế thừa nghiên cứu mới nhất về TMĐT của các trường đại học hàng đầu thế giới để sinh viên nhanh chóng tiếp cận bức tranh TMĐT toàn cầu.

Xây dựng các mô hình ứng dụng ảo các tình huống giao dịch TMĐT để giúp người học dễ dàng nắm vững quy trình, các vấn đề phát sinh (bảo mật thông tin, xử lý khiếu nại...). Trong suốt thời gian học tại trường, sinh viên cần dành rất nhiều thời gian học chuyên môn thực hành để trang bị cho người học kỹ năng giao dịch TMĐT.

Thành lập mạng lưới các trường đại học đào tạo ngành TMĐT và Kinh tế số để chia sẻ kinh nghiệm đào tạo nguồn nhân lực, chia sẻ tài liệu giáo trình, chia sẻ các giảng viên trình độ cao trong lĩnh vực TMĐT và thảo luận các định hướng phát triển trong chiến lược đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao trong lĩnh vực TMĐT.

#### **Về phía người lao động**

Mỗi người lao động cần nhận thức được rằng năng lực số cũng rất cần thiết cho mỗi cá nhân, cộng đồng để thích ứng, tồn tại và phát triển trong một "xã hội số" ngày càng được định hình rõ nét. Năng lực số và TMĐT của mỗi người lao động, đặc biệt là thế hệ thanh niên đang học tập trong các trường đại học và cao đẳng có thể coi là một nguồn tài nguyên quý báu nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh và đảm bảo sự phát triển bền vững của mỗi quốc gia.

(Xem tiếp trang 43)



đối với thực phẩm, lao đao lo cho từng bữa cơm gia đình. Tình trạng lạm phát đang khiến nhiều quốc gia phải thắt chặt chính sách tiền tệ để ngăn chặn lạm phát tăng phi mã, trong khi một số quốc gia lại ưu tiên hỗ trợ tăng trưởng kinh tế hơn, khi lựa chọn tiếp tục duy trì chính sách nới tiền tệ nới lỏng.

**Những nỗi lo cho năm 2022**

Năm 2022, thế giới bắt đầu một năm với các nền kinh tế bị kim hãm bởi cuộc khủng hoảng chuỗi cung ứng, sự lây lan nhanh chóng của biến thể Omicron và đứng trước áp lực hạ nhiệt lạm phát. Các nhà hoạch định chính sách thuộc Ngân hàng Trung ương Anh (BoE) tỏ ra lo ngại lạm phát có thể vượt 6% trong nửa đầu năm 2022, gấp 3 lần mức mục tiêu đề ra của cơ quan này. Điều này khiến BoE sẽ đẩy nhanh quá trình thắt chặt chính sách tiền tệ và nâng lãi suất, một bước đi "cần thiết" để đưa lạm phát của Anh trở lại mức mục tiêu 2%. Còn các nhà kinh tế Mỹ nhận định, lạm phát sẽ tiếp tục tăng nóng và kéo dài trong quý đầu tiên của năm nay.

Ngược lại, Chủ tịch Ngân hàng Trung ương châu Âu (ECB) tin tưởng lạm phát chỉ mang tính tạm thời và sẽ giảm trong năm nay. Ủy ban Cải cách và Phát triển Quốc gia Trung Quốc (NDRC), cơ quan hoạch định chính sách hàng đầu Trung Quốc cũng dự báo, năm 2022, lạm phát nước này vẫn ở mức khiêm tốn, 0,9%, nếu việc thay đổi chính sách tiền tệ ở nước khác làm suy yếu đà tăng giá của hàng hóa toàn cầu và do tác động của Covid-19, tình trạng thiếu hụt nguồn cung thế giới ngày càng bớt nghiêm trọng. NDRC còn đánh giá, chỉ số giá sản xuất có khả năng hạ nhiệt do nguồn cung các sản phẩm công nghiệp và năng lượng trong nước dồi dào, có thể chống lại "sự biến động giá bất thường".

Các nhà kinh tế học tại đơn vị nghiên cứu của Ngân hàng Morgan Stanley tại Mỹ đưa ra cái nhìn lạc quan cho rằng mọi thứ sẽ sớm trở lại bình thường, dự báo lạm phát ở các thị trường lớn sẽ "đạt đỉnh rồi thoái trào" hơn 2 điểm phần trăm cho năm nay.

Dù có những nhận định khác nhau cho năm 2022, song hầu hết giới quan sát cho rằng lạm phát khó có thể trở lại mức trước đại dịch./.

**Quang Vinh (Tổng hợp)**

# ĐÀO TẠO NGUỒN NHÂN LỰC...

(Tiếp theo trang 32)

Do đó, người lao động cần phải tự trang bị cho mình các kiến thức chuyên môn về luật, quản trị kinh doanh, công nghệ, kỹ thuật nghiệp vụ thương mại, quản trị tác nghiệp thương mại quốc tế, quản trị khách hàng trong TMĐT...

Ngoài ra, người lao động luôn ý thức phải nâng cao trình độ, kinh nghiệm về các vấn đề mới liên quan đến công nghệ; Trải nghiệm các giao dịch, củng cố kinh nghiệm bằng việc tham gia thực tập hoặc làm việc thực tế tại các sàn TMĐT, phải nhanh chóng thích ứng, nắm bắt, nâng cao nhận thức, phát triển năng lực, kỹ năng về chuyển đổi số và TMĐT để có thể cạnh tranh trên thị trường lao động, không chỉ tại Việt Nam mà còn ở cấp độ khu vực và toàn cầu.

**Kết luận**

Tại Việt Nam hiện đang cần nguồn lao động có trình độ về TMĐT, bởi kinh doanh trên mạng xã hội và sàn giao dịch TMĐT đang đem lại hiệu quả kinh tế cao. Tuy nhiên, trong thời gian qua, nguồn nhân lực cho TMĐT và đặc biệt nguồn nhân lực chất lượng cao luôn là vấn đề lớn gây cản trở cho quá trình phát triển TMĐT của Việt Nam, đòi hỏi cần triển khai đồng bộ các giải pháp để phát triển được nguồn chất lượng mạnh cả về chất và lượng, góp phần thúc đẩy lĩnh vực TMĐT phát triển, đóng góp nhiều hơn cho tăng trưởng kinh tế số của Việt Nam, phấn đấu đến năm 2025 tỷ trọng kinh tế số đạt 20% GDP như quyết định số 749/QĐ-TTg ngày 03 tháng 6 năm 2020 của Thủ tướng Chính phủ./.

**TÀI LIỆU THAM KHẢO**

1. Bộ Thông tin và Truyền thông (2021), *Sách trắng CNTT&TT năm 2021*, Nhà xuất bản Thông tin và Truyền thông, Hà Nội.
2. Cục Thương mại điện tử và kinh tế số - iDEA (2021), *Thương mại điện tử Việt Nam năm 2021*, truy cập ngày 25 tháng 12 năm 2021, từ < <https://idea.gov.vn/?page=document> >
3. Cục Thương mại điện tử và kinh tế số - iDEA (2021), *Nhân lực ngành Thương mại điện tử: Cơ hội và thách thức*, truy cập ngày 25 tháng 12 năm 2021, từ < <https://moit.gov.vn/tin-tuc/phan-trien-nguon-nhan-luc/nhan-luc-nganh-thuong-mai-dien-tu-co-hoi-va-thach-thuc.html> >
4. Google, Temasek và Brain&Company (2019), *e-Conomy SEA*, retrieved on December 4th 2021, from <<https://drive.google.com/file/d/1nPJz3dC8C8m1P8GuMJBaOweqHJmD0LaO/view>>.
5. Hiệp hội thương mại điện tử Việt Nam - VECOM (2021), *Báo cáo chỉ số TMĐT Việt Nam*, truy cập ngày 30 tháng 12 năm 2021, từ < <https://vecom.vn/bao-cao-chi-so-thuong-mai-dien-tu-viet-nam-2021> >
6. Trần Ngọc Diệp (2021), *Giải pháp phát triển thương mại điện tử nâng cao năng lực cạnh tranh của nền kinh tế Việt Nam*, Tạp chí Công thương phiên bản điện tử, truy cập ngày 30 tháng 12 năm 2021, từ < <https://tapchicongthuong.vn/bai-viet/giai-phap-phan-trien-thuong-mai-dien-tu-nang-cao-nang-luc-canh-tranh-cua-nen-kinh-te-viet-nam-83545.htm> >