

Xu hướng phát triển và định hướng đào tạo thương mại điện tử tại Việt Nam

TS. DUƠNG TẤN DIỆP

(Tiếp theo kỳ trước)

IV. Định hướng đào tạo ngành TMĐT

1. Quan điểm chung:

- TMĐT là một lĩnh vực mà trong đó có sự kết hợp nhuần nhuyễn giữa công nghệ thông tin và kinh tế. Vì vậy, việc đưa TMĐT vào giảng dạy dưới dạng một môn học tại một số trường ở Việt Nam như hiện nay là không đủ. Cần có ngành đào tạo riêng, đủ sức cung cấp các chuyên gia TMĐT có khả năng đáp ứng tốt cho nhu cầu phát triển của nền kinh tế.

- Mặc dù chuẩn bị đào tạo ngay từ thời điểm này là cần thiết, nhưng không nên thực hiện một cách ào ạt ngay từ đầu, bởi lẽ có thể tạo rủi ro về việc làm cho người được đào tạo. Rủi ro xảy ra nếu như các mục tiêu về việc xây dựng cơ sở hạ tầng, hệ thống pháp lý... phục vụ cho TMĐT mà Chính phủ đặt ra không thực hiện được như mong muốn; nếu như trong vòng 5-7 năm nữa chưa có nhiều doanh nghiệp chú trọng đến TMĐT; (và có thể còn nhiều cái "nếu như" nữa). Khi đó, việc đào tạo ào ạt ngay từ bây giờ sẽ khó đảm bảo đủ việc làm theo đúng chuyên ngành của các chuyên viên TMĐT.

Mặt khác, khả năng đào tạo (nguồn giáo viên, cơ sở vật chất) cũng là vấn đề cần phải được xem xét. Hiện nay, nếu việc đào tạo TMĐT bắt đầu được đặt ra thì cơ sở vật chất cần thiết để giảng dạy phải như thế nào? Nguồn giáo viên giảng dạy các môn học mới lấy từ đâu? Các giáo viên giảng dạy những môn học cũ có chuyển kịp nội dung giảng dạy phù hợp với chuyên ngành mới không? Bao nhiêu người có khả năng làm được việc đó, có thể đảm trách được bao

hiều sinh viên? ...

Như vậy, xét cả về phía cầu (về nguồn nhân lực) lẫn phía cung (khả năng đào tạo), vẫn còn nhiều điều cần phải cân nhắc. Cho nên, mặc dù khẳng định rằng phát triển TMĐT là xu hướng tất yếu, đào tạo nguồn nhân lực phục vụ cho TMĐT cần phải bắt đầu ngay từ bây giờ, nhưng không vì thế mà phải triển khai một cách không cân nhắc. Cần phải có một chiến lược đào tạo thận trọng, từng bước từng bước phù hợp với nhu cầu phát triển của xã hội, phù hợp với khả năng đào tạo của các trường.

2. Qui mô và chương trình

■ Về qui mô:

Trước mắt nên đào tạo với qui mô nhỏ. Trong quá trình đào tạo sẽ tiếp tục khảo sát, thăm dò để tìm ra qui mô thích hợp với nhu cầu phát triển của nền kinh tế. Đồng thời, trong quá trình đào tạo sẽ củng cố và phát triển dần lực lượng giáo viên, phát triển dần cơ sở vật chất tương xứng với qui mô đào tạo.

■ Về chương trình:

Trước tiên nên xây dựng chương trình đào tạo sao cho sinh viên tốt nghiệp nếu không nhận được việc với tư cách là một chuyên viên TMĐT thì cũng có thể nhận việc với tư cách là một nhà quản trị thương mại hoặc một chuyên viên công nghệ thông tin như truyền thống. Đến khi hoạt động TMĐT chuyển sang giai đoạn nâng cao về chất, thì sẽ thực hiện chương trình đào tạo theo hướng hoàn toàn chuyên sâu, chuyên phục vụ cho việc kinh doanh trên mạng theo đúng nghĩa của TMĐT.

3. Hướng đào tạo:

Có hai hướng đào tạo ngành TMĐT

■ Hướng thứ nhất: đào tạo các nhà kỹ thuật TMĐT

Hướng này tập trung đào tạo sâu về công nghệ thông tin, cộng thêm một phần kiến thức về kinh doanh và quản trị TMĐT. Các chuyên viên được đào tạo theo hướng này sẽ đảm trách phần kỹ thuật phục vụ cho TMĐT. Đây chính là nguồn nhân lực trụ cột trong việc khai thác cơ sở hạ tầng, thiết kế hệ thống mạng, quản lý quá trình vận hành của hệ thống tin, xây dựng phần mềm ứng dụng... phục vụ cho TMĐT.

Tuy nhiên, khi đào tạo theo hướng này, nếu thời lượng ít thì e rằng tính chất chuyên ngành của TMĐT không được thể hiện rõ nét, không khác lắm so với chuyên viên công nghệ thông tin đang được đào tạo như hiện nay (hiện nay, nhiều chương trình đào tạo công nghệ thông tin bao hàm cả một số môn học thuộc lĩnh vực kinh tế). Chỉ khi thời gian đào tạo tương đối dài, đủ để gia tăng đáng kể hàm lượng kiến thức về thương mại, đủ để học được cách ứng dụng công nghệ thông tin trong từng công đoạn, từng công việc của quá trình mua bán trên mạng thì tính chất chuyên ngành của kỹ thuật TMĐT mới được khẳng định.

■ Hướng thứ hai: đào tạo các nhà quản trị TMĐT

Hướng này đào tạo sâu về quản trị kinh doanh trong thương mại, kết hợp với các kỹ năng khai thác mạng để có thể tiến hành toàn bộ quá trình kinh doanh bằng các phương tiện điện tử.

Theo hướng này, một ngành học mới (thuộc nhóm ngành quản trị kinh doanh) với những nét đặc trưng riêng sẽ được hình thành, đáng về của một nhà quản trị TMĐT được thể hiện rõ nét, không lẫn lộn với các ngành khác đang được đào tạo hiện nay.

Trước mắt nên chú trọng hướng thứ hai – đào tạo các nhà quản trị TMĐT. Hướng đào tạo này rất thích hợp trong giai đoạn đầu, khi mà các doanh nghiệp Việt Nam khởi động tiến trình TMĐT chủ yếu bằng việc sử dụng thư tín điện tử, khai thác thông tin trên mạng, xây dựng trang Web để quảng cáo, xúc tiến thương mại...

Đối với hướng đào tạo thứ nhất – đào tạo các nhà kỹ thuật TMĐT, có lẽ một vài năm đầu nên đào tạo với số lượng ít. Chúng ta sẽ không sợ thiếu chuyên viên kỹ thuật TMĐT, bởi lẽ với trình độ sơ khai của TMĐT trong thời gian đầu, nếu cần thì các chuyên viên công nghệ thông tin truyền thống vẫn có khả năng đảm đương trách nhiệm của mình khi được phối hợp chặt chẽ với các nhà quản trị TMĐT.

Tuy nhiên, nhu cầu về các nhà kỹ thuật TMĐT sẽ bùng nổ khi TMĐT được ứng dụng tương đối rộng rãi, khi mà qui trình kinh doanh trên mạng bắt đầu được đẩy mạnh, trong đó có sự đòi hỏi cao về kỹ thuật lập trình, bảo mật, thanh toán qua mạng... Đến lúc đó, qui mô đào tạo lớn là hoàn toàn cần thiết. Hơn nữa, nếu xét về khả năng đào tạo của các trường, thì có lẽ đến lúc đó thì may ra mới có thể đủ lực lượng giáo viên có đủ sức đáp ứng nhu cầu, kể cả về số lượng lẫn chất lượng.

Câu hỏi đặt ra là: nếu đào tạo song song theo hai hướng trên thì cơ cấu nên như thế nào? Hiện nay có lẽ vẫn còn quá sớm để có thể xác định một cơ cấu hợp lý. Tuy nhiên, nếu xét riêng trong khu vực sản xuất kinh doanh, có lẽ ít nhất vài chuyên viên quản trị TMĐT mới cần một chuyên viên về kỹ thuật TMĐT

4. Bậc đào tạo

- Nếu đào tạo các nhà kỹ thuật TMĐT thì chỉ nên đào tạo ở bậc đại học và bậc cao đẳng. Không nên đào tạo ở bậc trung cấp vì thời lượng quá ít, không đủ để cùng lúc trang bị cả hai mảng kiến thức: kỹ thuật và kinh tế. Riêng với bậc cao đẳng, đòi hỏi phải xây dựng được một chương trình đào tạo hết sức hữu hiệu, đảm bảo tạo được nét đặc trưng riêng của ngành. Nếu không thì c

một người tốt nghiệp cao đẳng kỹ thuật TMĐT không khác lắm so với một người tốt nghiệp công nghệ thông tin theo truyền thống; hoặc ngược lại, người tốt nghiệp cao đẳng kỹ thuật TMĐT có nhiều kiến thức về thương mại nhưng phần kỹ thuật lại không bảo đảm.

- Nếu đào tạo các nhà quản trị TMĐT thì cho dù đào tạo ở bậc đại học hay bậc cao đẳng cũng đều có thể tạo được nét đặc trưng riêng của ngành, bởi lẽ yêu cầu về kỹ thuật đối với nhà quản trị không cao, do đó có đủ thời gian để trang bị kiến thức kinh doanh cần thiết. Chính kiến thức kinh doanh trên mạng cộng với một lượng đáng kể kiến thức về kỹ thuật mạng sẽ làm cho một sinh viên tốt nghiệp Quản trị TMĐT khác hẳn với nhà quản trị thương mại truyền thống (và dĩ nhiên là khác hẳn với những nhà kỹ thuật công nghệ thông tin).

Còn với bậc trung cấp thì có lẽ không nên đào tạo theo hướng quản trị TMĐT mà nếu muốn thì nên đào tạo theo hướng tiếp thị TMĐT, để người tốt nghiệp trung cấp có thể thực hiện được nghiệp vụ tiếp thị hoặc một số nghiệp vụ giao dịch trên mạng. Thời lượng 2 năm của trung cấp không thể tạo ra được những nhà quản trị, nhất là quản trị TMĐT.

5. Nguồn đào tạo

• Nguồn học sinh phổ thông trúng tuyển vào các trường:

TMĐT là một ngành mới, mới cả đối với người dạy, đồng thời lại là một ngành tổng hợp hai mảng kiến thức rất khác nhau. Do đó, để đảm bảo chất lượng đào tạo, trước mắt nên chọn những thí sinh giỏi (trong đó có môn Anh văn) để tuyển vào ngành này. Vì vậy, khi tuyển sinh cần có một qui trình thích hợp để có thể tuyển được người như mong muốn.

• Nguồn khác, chủ yếu từ những người đã tốt nghiệp đại học (ngành quản trị kinh doanh hoặc ngành công nghệ thông tin), đào tạo theo chương trình TMĐT ngắn hạn. Theo chúng tôi, đây là một nguồn đào tạo rất tốt trong trường hợp nhu cầu chuyên viên TMĐT tăng nhanh

mà hệ đào tạo chính qui chưa đáp ứng kịp.

6. Hệ đào tạo

Trong điều kiện hiện nay, chúng tôi cho rằng hệ đào tạo tập trung là phù hợp nhất (chưa đủ điều kiện thực hiện đào tạo từ xa như các nước khác). Trong đó, có thể đào tạo dưới hai dạng: ngắn hạn và dài hạn.

Đào tạo ngắn hạn: cung cấp các mảng kiến thức về từng loại kỹ năng, phục vụ cho những người đang công tác trong thực tế. Người học được cấp chứng chỉ tốt nghiệp

Đào tạo dài hạn: cung cấp kiến thức mang tính hệ thống, bao gồm các trình độ trung cấp, cao đẳng và đại học. Người học được cấp văn bằng tốt nghiệp chuyên ngành TMĐT

Tóm lại, với xu hướng phát triển mạnh mẽ của TMĐT trên thế giới và những lợi ích thiết thực do nó mang lại, việc phát triển TMĐT ở Việt Nam, theo tôi, là một xu thế tất yếu. Vì vậy, đào tạo nguồn nhân lực phục vụ cho nhu cầu này là vấn đề cần phải được đặt ra ngay từ bây giờ. Tuy nhiên, vì đây là một lĩnh vực quá mới mẻ đối chúng ta nên cần có những bước đi thận trọng. Trên cơ sở một số hiểu biết ban đầu, chúng tôi mạnh dạn phát biểu những nhận định và suy nghĩ của mình (cho dù rất có thể chúng chưa được chính xác, chưa được đúng đắn hoàn toàn), ngõ hầu khơi gợi thêm nhiều ý tưởng mới từ các nhà nghiên cứu có quan tâm, nhằm tìm ra hướng đi đúng cho sự nghiệp đào tạo của chúng ta ■

Chú thích

(1) Một tình trạng làm giảm tính hiệu quả của thị trường cạnh tranh do một bên (bên bán) có quá nhiều thông tin trong khi bên kia (bên mua) có quá ít thông tin về sản phẩm

(2) B2B – Bussiness to Bussiness: giữa doanh nghiệp với doanh nghiệp

(3) Phát biểu tại Hội thảo TMĐT ngày 5/7/2001 tại Hà Nội

(4) Đây là nhận định mang tính chủ quan, (5) Bussiness to Bussiness: giao dịch giữa doanh nghiệp với doanh nghiệp

(6) Phát biểu tại Hội thảo TMĐT ngày 5.7.2001 tại Hà Nội

B2G (Bussiness to Government): giao dịch giữa doanh nghiệp và Chính phủ

B2C (Bussiness to Consumer): giao dịch giữa doanh nghiệp và người tiêu dùng