

ĐỔI MỚI ĐÀO TẠO THEO HƯỚNG CHUYỂN ĐỔI SỐ TRONG NGÀNH DỊCH VỤ E-MARKETING, E-COMMERCE

Ths. Phạm Cao Văn
Trường Đại học Bình Dương



ThS. Phạm Cao Văn trao đổi với sinh viên trên địa bàn tỉnh về chủ đề ứng dụng chuyển đổi số trong ngành dịch vụ E-Marketing và E-Commerce.

Tóm tắt:

Ngày nay, chuyển đổi số đang được ứng dụng rộng rãi trong tất cả các lĩnh vực đời sống, kinh tế, xã hội và mang lại thành công nhất định. Trong bối cảnh này, ngành dịch vụ E-Marketing và E-Commerce tại Việt Nam không chỉ đang phát triển mạnh mẽ mà còn phải tiến hành chuyển đổi số liên tục để thích nghi với sự thay đổi của hành vi mua hàng của người tiêu dùng. Chính vì vậy, để đáp ứng nguồn nhân lực trong lĩnh vực E-Marketing và E-Commerce, việc cập nhật những thay đổi, các công cụ chuyển đổi số đang được ứng dụng thực tế vào môi trường đào tạo trong giáo dục đóng vai trò đặc biệt quan trọng. Nghiên cứu sử dụng các phương pháp như thu thập dữ liệu, thống kê, phân tích, so sánh nhằm mục đích mô tả thực trạng về việc ứng dụng chuyển đổi số trong ngành dịch vụ E-Marketing và E-Commerce. Bên cạnh đó, bài báo còn đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả đào tạo theo hướng đổi mới trong thời đại chuyển đổi số đối với các cơ sở đào

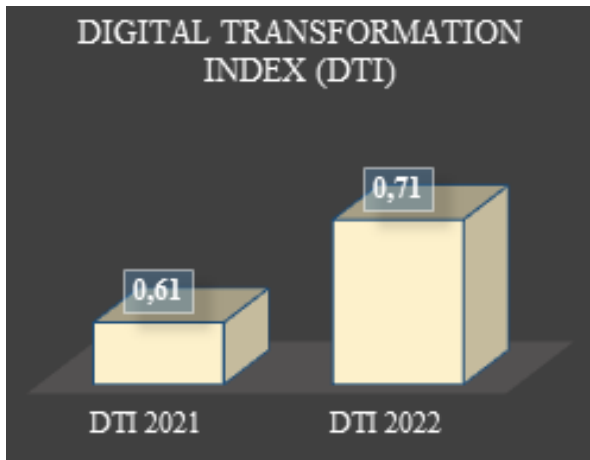
tạo ngành dịch vụ E-Marketing, E-Commerce. Ngoài ra, nghiên cứu còn đưa ra những lưu ý khi thực hiện đổi mới đào tạo theo hướng chuyển đổi số trong ngành dịch vụ E-Marketing, E-Commerce được đúc kết từ việc phỏng vấn sâu 10 giảng viên đến từ 5 trường Đại học khu vực phía Nam.

Từ khóa: *Chuyển đổi số, đào tạo; đổi mới; E-Commerce; E-Marketing*

1. Đặt vấn đề

Tại Việt Nam, chuyển đổi số đã trở thành một biểu tượng của sự tiến bộ và phát triển xã hội. Sự phát triển nhanh chóng của công nghệ thông tin và viễn thông đã tạo ra sự đảm bảo cho việc áp dụng chuyển đổi số rộng rãi trong hầu hết mọi lĩnh vực của cuộc sống, kinh tế và xã hội. Chuyển đổi số không chỉ là một xu hướng, mà còn là một yếu tố định hình cuộc sống và kinh tế hiện đại. Việc hiểu và tận dụng chuyển đổi số đã trở thành một yếu tố quan trọng đối với sự thành công cá nhân và doanh nghiệp trong thời đại số hóa ngày nay [1], [2].

So với năm 2021 (0,61), tốc độ tăng trưởng chỉ số chuyển đổi số quốc gia năm 2022 (0,71) chậm lại. Tuy nhiên, điều đáng chú ý là các chỉ số thành phần liên quan đến chính phủ số, kinh tế số và xã hội số vẫn duy trì tốc độ tăng trưởng ấn tượng, dao động từ 45% đến 55%. Điều này cho thấy rằng, mặc dù tổng quan tốc độ chuyển đổi số có sự giảm nhẹ, nhưng các lĩnh vực cốt lõi của chuyển đổi số vẫn đang phát triển mạnh mẽ. Đáng chú ý hơn nữa, năm 2022, 100% các bộ và tỉnh trên cả nước đều đã có chỉ số chuyển đổi số tăng so với năm 2021. Điều này cho thấy sự nỗ lực đồng bộ và đồng lòng của hệ thống chính quyền các cấp trong việc thúc đẩy chuyển đổi số. Việc tất cả các bộ, tỉnh đều đạt được sự cải thiện trong chỉ số chuyển đổi số là một minh chứng rõ ràng cho việc họ đã thực hiện các biện pháp cụ thể để thúc đẩy chuyển đổi số và nắm bắt cơ hội trong thời đại số hóa [3] (Hình 1).

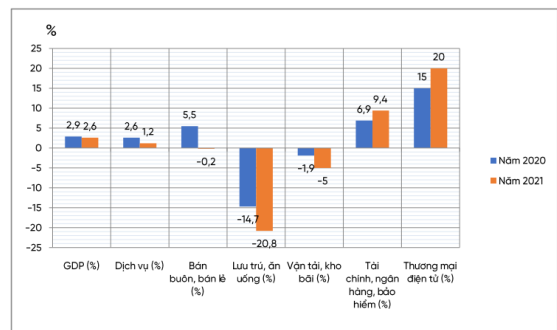


Hình 1. Chỉ số chuyển đổi số quốc gia tại Việt Nam.

Trong bối cảnh chuyển đổi số ngày càng trở nên quan trọng, ngành dịch vụ E-Marketing và E-Commerce tại Việt Nam đang trải qua một giai đoạn phát triển với đầy thách thức và cơ hội. Không chỉ đang phát triển mạnh mẽ, mà ngành này còn phải tiến hành chuyển đổi số liên tục để thích nghi với sự thay đổi đáng kể trong hành vi mua hàng của người tiêu dùng. Người tiêu dùng tại Việt Nam đang ngày càng thực hiện mua sắm trực tuyến, tìm kiếm thông tin sản phẩm và thực hiện giao dịch qua các nền tảng số. Điều này đặt ra yêu cầu cấp thiết đối với các doanh nghiệp trong việc phải hiểu rõ hơn về khách hàng, phân tích dữ liệu

và áp dụng các chiến lược tiếp thị số hóa để giữ chân khách hàng, tạo ra cơ hội kinh doanh mới. Do đó, việc tiến hành chuyển đổi số không chỉ là một sự lựa chọn mà là một bắt buộc đối với ngành dịch vụ E-Marketing và E-Commerce tại Việt Nam [4], [5], [6].

Năm 2020 và năm 2021, Việt Nam chịu ảnh hưởng nặng nề bởi Covid-19. Tuy nhiên, E-Commerce trở thành một ngành hiếm hoi vẫn duy trì đà phát triển và tăng trưởng vượt bậc [7] (Hình 2). Năm 2022, lĩnh vực thương mại điện tử tiếp tục thể hiện sự đột phá với tốc độ tăng trưởng vượt trội trên 25% và đạt quy mô trên 20 tỷ USD [8].



Nguồn: Tổng cục Thống kê và VECOM

Hình 2. Tỷ lệ tăng trưởng một số lĩnh vực tại Việt Nam.

Để đạt được tốc độ tăng trưởng đáng kể như vậy, các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực thương mại điện tử đã phải thực hiện chuyển đổi số mạnh mẽ. Điều này đòi hỏi họ phải thích nghi với môi trường số hóa ngày càng phức tạp và thay đổi nhanh chóng. Các doanh nghiệp đã phải thúc đẩy sự thay đổi trong nhiều khía cạnh của hoạt động kinh doanh của mình [7], [8].

Sự phát triển của E-Commerce chứng tỏ hành vi mua sắm của người tiêu dùng đang trải qua sự dịch chuyển từ hình thức truyền thống sang mô hình hiện đại. Do đó, các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực E-Marketing đã tăng chuyển đổi số để nắm tiếp cận khách hàng tốt hơn [9].

Để đảm bảo có đủ nguồn nhân lực chất lượng trong lĩnh vực E-Marketing và E-Commerce, việc cập nhật kiến thức và công cụ chuyển đổi số từ thực tế vào môi trường đào tạo trong giáo dục là không thể thiếu. Điều này đặc biệt quan trọng bởi vì sự phát triển nhanh chóng của công nghệ và

thay đổi liên tục trong hành vi mua sắm đòi hỏi sự chuẩn bị sẵn sàng của sinh viên. Chương trình đào tạo cần phải đáp ứng xu hướng mới và sự thay đổi trong ngành, cung cấp kiến thức và kỹ năng cần thiết để họ có thể đối phó với môi trường kinh doanh số hóa ngày càng phức tạp.

Bài nghiên cứu bao gồm 5 phần. Phần 1 đặt vấn đề nghiên cứu. Phần 2 trình bày cơ sở lý thuyết liên quan đến chuyển đổi số và phương pháp nghiên cứu của bài báo. Thực trạng chuyển đổi số và thực trạng đào tạo trong ngành dịch vụ E- Marketing, E - Commerce được giới thiệu trong phần 3. Phần 4 trình bày giải pháp đổi mới đào tạo lĩnh vực E- Marketing, E - Commerce trong bối cảnh chuyển đổi số và một số lưu ý trong quá trình thực hiện. Phần 5 bao gồm kết luận, kiến nghị của bài báo.

2. Cơ sở lý thuyết và phương pháp nghiên cứu

2.1 Cơ sở lý thuyết

Chuyển đổi số, hay Digital Transformation, đề cập đến quá trình cải thiện và tối ưu hóa mô hình kinh doanh, quy trình và công nghệ thông qua sự áp dụng công nghệ số hóa. Điều này nhằm mục tiêu tạo ra sự thay đổi tích cực, nâng cao hiệu suất, cải thiện trải nghiệm của khách hàng và gia tăng sự cạnh tranh trong thế giới kinh doanh số hóa [10]-[13].

Chuyển đổi số trong lĩnh vực E-Commerce là

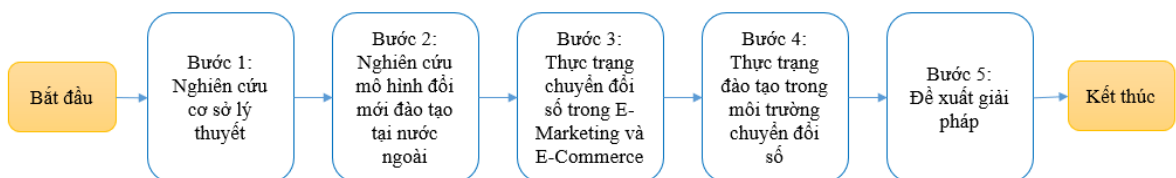
Chuyển đổi số trong E-Commerce giúp doanh nghiệp nhanh chóng thích nghi với sự thay đổi trong hành vi mua sắm của người tiêu dùng và tạo ra cơ hội để phát triển và cạnh tranh trong thị trường trực tuyến ngày càng cạnh tranh [14]-[16].

Chuyển đổi số trong lĩnh vực E-Marketing là việc áp dụng công nghệ số hóa để tối ưu hóa chiến lược tiếp thị và quảng cáo trực tuyến. Nó liên quan đến sử dụng các công cụ và nền tảng kỹ thuật số để tạo ra chiến dịch tiếp thị hiệu quả, theo dõi và đánh giá hiệu suất, tối ưu hóa trải nghiệm người dùng và tăng cường tương tác với khách hàng thông qua các kênh trực tuyến. Chuyển đổi số trong E-Marketing giúp doanh nghiệp nắm bắt cơ hội trong môi trường trực tuyến ngày càng phức tạp, cung cấp giá trị tốt hơn cho khách hàng và cải thiện tính cạnh tranh trong ngành [17], [18].

Chuyển đổi số đã trở thành một yếu tố quyết định đối với sự phát triển của các quốc gia trên toàn thế giới. Việc đào tạo sinh viên về kiến thức và kỹ năng liên quan đến chuyển đổi số tại các trường đại học là điều cực kỳ cần thiết. Nghiên cứu của Okiridu vào năm 2022 đã cung cấp cái nhìn sâu rộng về cách tăng cường thực hành và trải nghiệm dự án có thể làm cho sinh viên hiểu rõ và tiếp cận với chuyển đổi số một cách hiệu quả [19].

2.2 Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu được thực hiện qua 5 bước (Hình 3).



Hình 3. Phương pháp nghiên cứu.

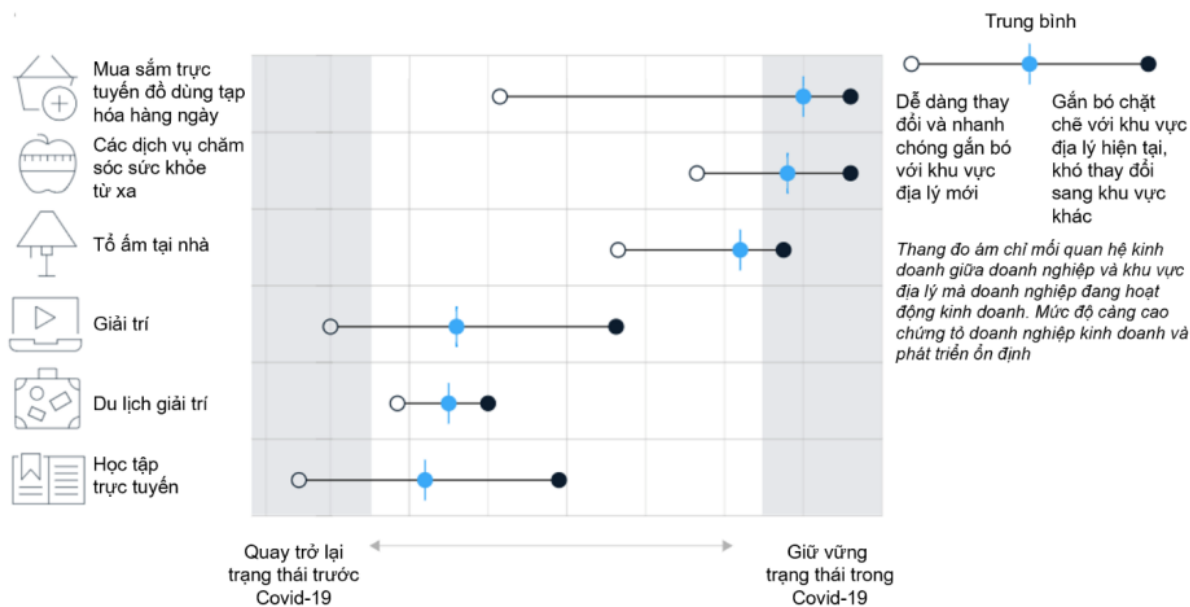
việc sử dụng công nghệ số hóa để cải thiện quy trình kinh doanh trực tuyến. Nó bao gồm sự áp dụng công nghệ thông tin, trí tuệ nhân tạo, phân tích dữ liệu và nền tảng điện toán đám mây để tối ưu hóa trải nghiệm mua sắm trực tuyến của khách hàng, tăng cường quản lý kho, tối ưu hóa chuỗi cung ứng và tăng khả năng dự đoán thị trường.

Bước 1: Bước đầu tiên của quá trình nghiên cứu là nghiên cứu cơ sở lý thuyết dựa trên tài liệu từ sách, báo, tạp chí, báo cáo trong và ngoài nước. Điều này đảm bảo rằng nghiên cứu được xây dựng trên nền tảng kiến thức đáng tin cậy và tương quan với tình hình thế giới.

Bước 2: Nghiên cứu về mô hình đổi mới đào

tạo tại nước ngoài, dựa trên các công bố từ các nguồn uy tín. Điều này giúp nắm bắt những tiến bộ và tiềm năng trong lĩnh vực đào tạo, từ đó cung cấp thông tin cơ sở để áp dụng vào ngữ cảnh nghiên cứu của tại Việt Nam.

Bước 3: Tập trung vào đánh giá thực trạng chuyển đổi số trong lĩnh vực E-Marketing và E-Commerce, dựa trên thông tin từ các báo cáo, bài báo tạp chí và nghiên cứu liên quan trong ngành.



Hình 4. Xu hướng hành vi của người tiêu dùng trong tương lai.

Việc này giúp nghiên cứu có cơ sở kiến thức và đối chiếu dữ liệu thực tế để hiểu rõ sự phát triển và tầm ảnh hưởng của chuyển đổi số trong lĩnh vực này.

Bước 4: Mô tả thực trạng đào tạo E-Marketing và E-Commerce trong môi trường chuyển đổi số bằng việc xem xét các khía cạnh của quá trình đào tạo, bao gồm chương trình học, phương pháp giảng dạy...

Bước 5: Đề xuất giải pháp để đổi mới đào tạo theo hướng chuyển đổi số trong ngành dịch vụ E-Marketing và E-Commerce.

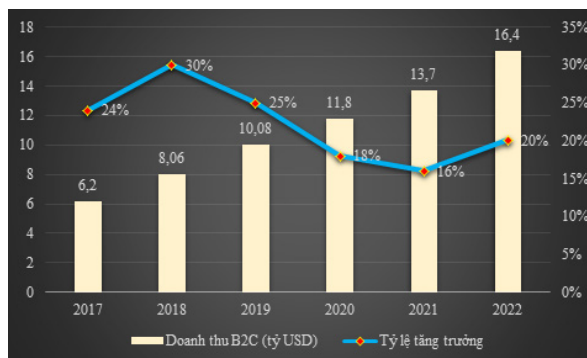
3. Thực trạng chuyển đổi số và đào tạo trong ngành dịch vụ E-Marketing, E-Commerce tại Việt Nam

3.1 Thực trạng chuyển đổi số trong E-Marketing và E-Commerce

Sau khi dịch Covid-19 kết thúc, người tiêu dùng đã thay đổi cách họ mua sắm hàng hóa. Thói

quen mua sắm qua kênh thương mại điện tử đã trở nên phổ biến hơn bao giờ hết. Nhu cầu về tính tiện lợi, an toàn và khả năng mua sắm từ xa đã định hình một thay đổi đáng kể trong hành vi mua sắm của người tiêu dùng. Điều này đã thúc đẩy nhiều doanh nghiệp thương mại điện tử phát triển mạnh mẽ, cung cấp các dịch vụ và sản phẩm trực tuyến để đáp ứng nhu cầu ngày càng tăng của khách hàng [20] (Hình 4).

Do hành vi tiêu dùng thay đổi nên tốc độ tăng trưởng thương mại điện tử B2C qua các năm trở lại đây phát triển nhanh chóng cả về doanh thu và tỷ lệ tăng trưởng [21] (Hình 5).



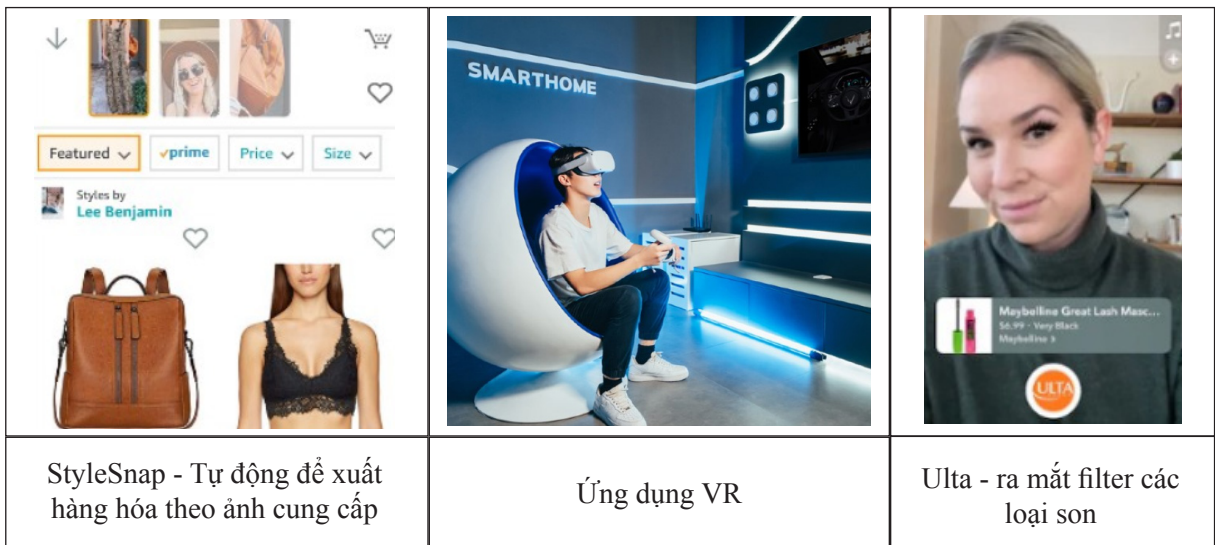
(Nguồn: Sách trắng Thương mại điện tử Việt Nam năm 2022, Bộ Công Thương)

Hình 5. Doanh thu và tỷ lệ tăng trưởng B2C TMDT

Một trong những nguyên nhân quan trọng góp phần vào sự tăng trưởng nhanh chóng của thương mại điện tử tại Việt Nam là việc sử dụng chuyên đổi số để cung cấp lợi ích cho người tiêu dùng. Nhờ vào tính tiện lợi, sự đa dạng của sản phẩm và dịch vụ, cũng như khả năng mua sắm từ xa, thương mại điện tử đã trở thành lựa chọn phổ biến và đáng tin cậy cho người tiêu dùng. Một số ứng dụng nhằm nâng cao trải nghiệm của người tiêu dùng phải kể đến như cá nhân hóa trải nghiệm khách hàng, trải nghiệm đa kênh liền mạch, xây dựng cửa hàng thông minh với trải nghiệm số độc đáo [20] (Hình 6).

2022 của Hiệp hội Thương mại điện tử (VECOM), hiện nay Việt Nam có 36 trường đào tạo ngành, gần 40 trường đào tạo chuyên ngành và khoảng 60 trường đào tạo học phần thương mại điện tử [7].

Khảo sát năm 2022 cho thấy, có tới 69% doanh nghiệp khi tuyển dụng sẽ ưu tiên đối với nhân sự có kỹ năng hoặc được đào tạo về công nghệ thông tin và thương mại điện tử. Điều này là một minh chứng rõ ràng cho việc sinh viên cần phải tiếp cận các công cụ chuyển đổi số tiên tiến ngay từ khi còn trên ghế nhà trường. Qua đó,



Hình 6. Giải pháp nâng cao trải nghiệm của người tiêu dùng.

Ngoài ra, các kênh thương mại điện tử B2B và G2B còn áp dụng các giải pháp chuyển đổi số khác như sử dụng các phần mềm quản lý, sử dụng chữ ký điện tử, hợp đồng điện tử và hóa đơn điện tử...[7], [8]

Hành vi tiêu dùng khách hàng thay đổi vì vậy để tiếp cận khách hàng các doanh nghiệp cần ứng dụng chuyển đổi số vào E-Marketing của mình. Một số công nghệ tiêu biểu phải kể đến như ứng dụng Công nghệ AR, ứng dụng Trí tuệ nhân tạo (AI) để kết nối khách hàng, Memojis và Animojis cá nhân hóa, phần mềm CRM [22].

3.2 Thực trạng đào tạo trong E-Marketing và E-Commerce

Theo Báo cáo Đào tạo thương mại điện tử

không chỉ tạo cơ hội nghề nghiệp mà còn đảm bảo sự phù hợp với xu hướng chuyển đổi số và thúc đẩy sự phát triển trong lĩnh vực E-Commerce và E-Marketing [8].

Hiểu được tầm quan trọng của việc đào tạo kiến thức, kỹ năng về chuyển đổi số trong E-Commerce và E-Marketing, Nhà trường và các Ban ngành liên quan đã không ngừng tìm giải pháp tăng chất lượng đào tạo. Trong đó, trong năm 2023 Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số (Bộ Công Thương) phối hợp với Hiệp hội Thương mại điện tử (VECOM) đã tổ chức Chương trình tập huấn giảng viên về Thương mại điện tử và Kinh tế số [23].

Bên cạnh việc đảm bảo sự tiếp cận các công cụ chuyển đổi số, các trường đại học và các cơ sở

giáo dục cao cấp cũng đã không ngừng nỗ lực liên kết và cải thiện chương trình đào tạo. Chủ động tương tác với doanh nghiệp và ngành công nghiệp để đảm bảo rằng chương trình học phù hợp với nhu cầu thị trường lao động. Việc này bao gồm cập nhật chương trình, kết hợp giảng dạy thực tế, và cung cấp cơ hội thực tập [24].

Bên cạnh việc liên kết với các doanh nghiệp, một số trường đại học còn tạo cơ hội quý báu cho sinh viên trải nghiệm thực tế bằng cách hợp tác với các công ty thương mại điện tử hàng đầu như Shopee, FPT Retail, Tiki, Alibaba, và nhiều tổ chức khác [25]. Sinh viên có cơ hội làm việc tại các doanh nghiệp này, áp dụng kiến thức học được trong môi trường thực tế. Đồng thời, các buổi Seminar, Hội thảo và các sự kiện tương tự cũng giúp họ tiếp xúc với những người có kinh nghiệm và mở rộng kiến thức, thúc đẩy sự phát triển trong lĩnh vực E-Marketing và thương mại điện tử [26].

Nhu cầu về tuyển sinh trong các ngành liên quan đến thương mại điện tử như logistics và tiếp thị số đang gia tăng một cách nhanh chóng, phản ánh sự tăng trưởng của ngành công nghiệp số hóa. Tuy nhiên, việc đào tạo cho những ngành này tại các trường đại học vẫn gặp phải một số trở ngại và thiếu sự gắn kết với thực tiễn [24].

Vì vậy, cần có những biện pháp nhằm đổi mới đào tạo theo hướng chuyên đổi số trong ngành dịch vụ E-Marketing, E-Commerce.

4. Giải pháp

4.1 Đổi mới đào tạo theo hướng chuyên đổi số trong ngành dịch vụ E-Marketing, E-Commerce

Không ngừng cập nhật kiến thức, phần mềm, kỹ thuật, công cụ chuyên đổi số:

Trong thời đại mà công nghệ tiến bộ với tốc độ nhanh chóng, việc cung cấp kiến thức cốt lõi về chuyên đổi số không đủ. Nhà trường cần liên tục theo dõi và cập nhật nội dung đào tạo, đảm bảo rằng chúng phản ánh các xu hướng mới nhất và phản ánh các thay đổi trong lĩnh vực công nghệ thông tin và chuyên đổi số.

Hơn nữa, việc hỗ trợ giảng viên và sinh viên trong việc tiếp cận và sử dụng công nghệ số cũng

đóng vai trò quan trọng. Cung cấp khóa học đào tạo cho giảng viên và sinh viên về cách sử dụng công cụ chuyên đổi số, phân tích dữ liệu, và tham gia vào dự án thực tế trong lĩnh vực này có thể tạo ra môi trường học tập và nghiên cứu tốt hơn.

Tăng cường thực hành bằng các phần mềm trong E-Marketing, E-Commerce:

Tăng cường sự thực hành trong lĩnh vực E-Marketing và E-Commerce là một phần quan trọng của quá trình đào tạo sinh viên trong thời đại số hóa. Thực tế cho thấy rằng việc tiếp cận và làm quen với môi trường làm việc thực tế thông qua sử dụng phần mềm và công cụ cụ thể trong lĩnh vực này có thể cung cấp cho sinh viên một trải nghiệm giá trị.

Môi trường thực tế của E-Marketing và E-Commerce thường biến đổi nhanh chóng, đòi hỏi sự linh hoạt và khả năng thích nghi. Bằng việc áp dụng kiến thức và kỹ năng qua các tình huống thực tế, sinh viên có thể học cách giải quyết vấn đề, quản lý dự án, tối ưu hóa chiến dịch tiếp thị trực tuyến và nắm bắt cơ hội thị trường.

Thêm vào đó, việc làm quen với phần mềm và công cụ cụ thể trong E-Marketing và E-Commerce giúp sinh viên xây dựng kỹ năng thực hành, từ việc thiết kế trang web, quản lý quảng cáo trực tuyến, đến phân tích dữ liệu và thực hiện chiến dịch quảng cáo hiệu quả.

Tạo điều kiện cho sinh viên tham gia vào dự án E-Marketing, E-Commerce thực tế:

Đây không chỉ là một cách để sinh viên áp dụng kiến thức từ lớp học vào thực tế, mà còn là một cơ hội để phát triển các kỹ năng quan trọng như quản lý dự án, làm việc trong nhóm, và thực hiện các chiến dịch tiếp thị trực tuyến.

Các dự án E-Marketing và E-Commerce thực tế có thể bao gồm việc xây dựng và quản lý trang web thương mại điện tử, quảng cáo trực tuyến, nghiên cứu thị trường trực tuyến và phân tích dữ liệu. Tham gia vào các dự án này, sinh viên có cơ hội trải nghiệm những thách thức thực tế và học cách giải quyết chúng.

Tăng cường cho sinh viên thực tập thực tế tại doanh nghiệp:

Tăng cường cho sinh viên thực tập thực tế tại doanh nghiệp là một yếu tố không thể bỏ qua trong quá trình đào tạo và chuẩn bị cho họ trong môi trường làm việc thực tế. Trải qua các chương trình thực tập tại doanh nghiệp, sinh viên có cơ hội tiếp cận và áp dụng kiến thức học tập từ lớp học vào môi trường thực tế.

Điều này giúp họ phát triển kỹ năng thực tế và hiểu sâu hơn về quá trình hoạt động của doanh nghiệp. Thực tập tại doanh nghiệp cung cấp cho sinh viên cơ hội tiếp xúc với nhiều khía cạnh của công việc, từ quản lý dự án, giao tiếp và làm việc trong nhóm đến giải quyết vấn đề và đưa ra quyết định. Điều này giúp họ xây dựng sự tự tin và tạo ra sự kết nối giữa kiến thức lý thuyết và thực tế.

Để tăng cường chương trình thực tập, trường học và doanh nghiệp có thể hợp tác để thiết kế các chương trình đào tạo phù hợp với nhu cầu thực tế. Đồng thời, họ cũng có thể cung cấp hỗ trợ tài chính và cơ hội thực tập trong các lĩnh vực mới nổi và sáng tạo, giúp sinh viên khám phá và tham gia vào các ngành công nghiệp tiềm năng.

Tóm lại, tăng cường cho sinh viên thực tập thực tế tại doanh nghiệp không chỉ giúp họ phát triển kỹ năng và kiến thức, mà còn là cách cung cấp cho họ một cái nhìn chi tiết về cuộc sống sau khi ra trường và tạo sự chuẩn bị tốt nhất cho sự nghiệp tương lai.

Tăng cường các cuộc thi về chuyển đổi số trong E-Marketing, E-Commerce cho sinh viên:

Những cuộc thi này không chỉ giúp sinh viên áp dụng kiến thức trong môi trường thực tế, mà còn khuyến khích tinh thần tự học, tự nghiên cứu và rèn luyện tư duy đổi mới sáng tạo.

Cuộc thi về chuyển đổi số thúc đẩy sinh viên tiếp cận với các thách thức thực tế trong lĩnh vực E-Marketing và E-Commerce. Cuộc thi này yêu cầu sinh viên nghiên cứu và phân tích thị trường, phát triển chiến lược tiếp thị trực tuyến và thực hiện các dự án thực tế. Điều này giúp họ hiểu sâu hơn về công việc và trải nghiệm những khía cạnh thực tế của cuộc sống sau khi ra trường.

Ngoài ra, cuộc thi cũng khuyến khích tư duy đổi mới và sáng tạo. Sinh viên phải đặt ra các giải

pháp sáng tạo để giải quyết các vấn đề thực tế và cạnh tranh với nhau để thể hiện sự xuất sắc. Điều này thúc đẩy họ phát triển kỹ năng tư duy sáng tạo và học cách làm việc trong môi trường cạnh tranh.

4.2 Một số khó khăn khi đổi mới đào tạo theo hướng chuyển đổi số trong ngành dịch vụ E-Marketing, E-Commerce

Việc đổi mới đào tạo theo hướng chuyển đổi số trong ngành dịch vụ E-Marketing, E-Commerce sẽ gặp nhiều khó khăn trong quá trình triển khai tại các cơ sở đào tạo. Nghiên cứu, đã được tiến hành phỏng vấn sâu 10 giảng viên có kinh nghiệm trong lĩnh vực này thuộc 5 trường Đại học. Kết quả của cuộc phỏng vấn này cung cấp một số lưu ý quan trọng như sau:

Sự thay đổi nhanh chóng của công nghệ: Lĩnh vực E-Marketing và E-Commerce luôn thay đổi và phát triển, với sự xuất hiện liên tục của các công nghệ mới. Điều này có thể tạo ra khó khăn trong việc cập nhật chương trình đào tạo để theo kịp với xu hướng mới.

Chi phí đầu tư: Là một khía cạnh quan trọng và thường gây áp lực trong quá trình đổi mới đào tạo theo hướng chuyển đổi số trong lĩnh vực E-Marketing và E-Commerce. Việc nâng cấp cơ sở vật chất để hỗ trợ học tập trực tuyến và thực hành thực tế, mua sắm phần mềm và công cụ mới, và tạo ra các tài liệu giảng dạy hiện đại đều đòi hỏi nguồn tài chính đáng kể. Tuy nhiên, điều quan trọng là nhìn nhận chi phí này như một đầu tư vào tương lai. Đào tạo chất lượng và hiệu quả trong lĩnh vực số hóa sẽ giúp học viên và doanh nghiệp thích nghi với môi trường thay đổi nhanh chóng và tận dụng cơ hội trong thế giới số hóa.

Sự thiếu hụt kiến thức chuyên môn: Là một thách thức mà người đào tạo phải đối mặt trong quá trình đổi mới đào tạo E-Marketing và E-Commerce theo hướng chuyển đổi số. Lĩnh vực này thay đổi nhanh chóng và liên tục xuất hiện các công nghệ và phương pháp mới. Điều này có nghĩa rằng giảng viên và người đào tạo cần thời gian để cập nhật và nắm vững những kiến thức mới nhất. Việc đầu tư thời gian và nỗ lực trong việc học hỏi và nghiên cứu là quan trọng

để đảm bảo rằng họ có khả năng cung cấp kiến thức chuyên môn đáng tin cậy cho học viên và sẵn sàng thách thức của môi trường số hóa đang thay đổi liên tục.

5. Kết luận và kiến nghị

Sự phát triển của chuyển đổi số tại Việt Nam đã trở thành một xu hướng quan trọng trong thời gian gần đây, đặc biệt là trong lĩnh vực E-Marketing và E-Commerce. Chuyển đổi số giúp doanh nghiệp mở rộng thị trường, tối ưu hóa chi phí, tăng hiệu suất, cung cấp dữ liệu khách hàng và đảm bảo tính bảo mật giao dịch. Điều này cùng nhau giúp tăng doanh số bán hàng và xây dựng lòng tin từ khách hàng trong thời đại người tiêu dùng chuyển đổi từ hình thức mua sắm truyền thống qua mua sắm trực tuyến. Để đáp ứng nguồn nhân lực trong lĩnh vực E-Marketing và E-Commerce, việc đào tạo cho sinh viên kiến thức về Chuyển đổi số đặc biệt quan trọng. Nghiên cứu đã đề xuất 5 giải pháp giúp đổi mới việc đào tạo, giúp quá trình tiếp cận chuyển đổi số của sinh viên tốt hơn bao gồm: Không ngừng cập nhật kiến thức, phần mềm, kỹ thuật, công cụ chuyển đổi số; Tăng cường thực hành bằng các phần mềm trong E-Marketing, E-Commerce; Tạo điều kiện cho sinh viên tham gia vào dự án E-Marketing, E-Commerce thực tế; Tăng cường cho sinh viên thực tập thực tế tại doanh nghiệp; Tăng cường các cuộc thi về chuyển đổi số trong E-Marketing, E-Commerce cho sinh viên. Bên cạnh đó, các cơ sở đào tạo cũng cần lưu ý một số vấn đề về chi phí, thời gian và nguồn lực khi triển khai đổi mới đào tạo theo hướng chuyển đổi số trong ngành dịch vụ E-Marketing, E-Commerce.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

[1] Minh Khôi, “Việt Nam đang trên con đường chuyển đổi số,” *Báo chính phủ*. Accessed: Nov. 06, 2023. [Online]. Available: <https://baochinhphu.vn/viet-nam-dang-tren-con-duong-chuyen-doi-so-10223052418433785.htm>

[2] Nguyễn Đình Quyết, “Chuyển đổi số trong doanh nghiệp ở Việt Nam hiện nay: Những khó khăn cần tháo gỡ - *Tạp chí Cộng sản*,” *Tạp chí Cộng sản*. Accessed: Nov. 06, 2023. [Online]. Available: https://tapchicongsan.org.vn/en_US/

web/guest/gop-y-du-thao-cac-van-kien-trinh-dai-hoi-xiii-cua-dang/-/2018/824511/view_content

[3] *Cổng thông tin điện tử chuyển đổi số quốc gia*, “KẾT QUẢ ĐÁNH GIÁ MỨC ĐỘ CHUYỂN ĐỔI SỐ CẤP BỘ, CẤP TỈNH NĂM 2022 (DTI 2022),” *Cổng thông tin điện tử chuyển đổi số quốc gia*. Accessed: Nov. 06, 2023. [Online]. Available: <https://dx.gov.vn/ket-qua-danh-gia-muc-do-chuyen-doi-so-cap-bo-cap-tinh-nam-2022-dti-2022-1690181687592.htm>

[4] Lê Phú Khánh, “Thực trạng và giải pháp phát triển thương mại điện tử ở Việt Nam,” *Tạp chí công thương*. Accessed: Nov. 06, 2023. [Online]. Available: <https://tapchicongthuong.vn/bai-viet/thuc-trang-va-giai-phap-phat-trien-thuong-mai-dien-tu-o-viet-nam-109074.htm>

[5] Trần Trọng Huy, “Thương mại điện tử tại Việt Nam: thực trạng và giải pháp phát triển,” *Tạp chí Công Thương*. Accessed: Nov. 06, 2023. [Online]. Available: <https://tapchicongthuong.vn/bai-viet/thuong-mai-dien-tu-tai-viet-nam-thuc-trang-va-giai-phap-phat-trien-101296.htm>

[6] Ban chỉ đạo 35 Bộ Công Thương, “Phát triển thương mại điện tử trở thành một trong những lĩnh vực tiên phong của nền kinh tế số,” *Bộ Công Thương*. Accessed: Nov. 06, 2023. [Online]. Available: <https://moit.gov.vn/bao-ve-nen-tang-tu-tuong-cua-dang/phat-trien-thuong-mai-dien-tu-tro-thanh-mot-trong-nhung-linh.html>

[7] VECOM, “Báo cáo EBI 2022,” 2022.

[8] VECOM, “Báo cáo EBI 2023,” 2023.

[9] Nguyễn Duy Thành, “Đẩy mạnh hoạt động marketing trực tuyến của các doanh nghiệp Việt Nam hiện nay,” *Tạp chí công thương*. Accessed: Nov. 06, 2023. [Online]. Available: <https://tapchicongthuong.vn/bai-viet/day-manh-hoat-dong-marketing-truc-tuyen-cua-cac-doanh-nghiep-viet-nam-hien-nay-104827.htm>

[10] C. Gebayew, I. R. Hardini, G. H. A. Panjaitan, N. B. Kurmiawan, and Suhardi, “A Systematic Literature Review on Digital Transformation,” in *2018 International Conference on Information Technology Systems and Innovation, ICITSI 2018 - Proceedings*,

Institute of Electrical and Electronics Engineers Inc., Jul. 2018, pp. 260265. doi: 10.1109/ICITSI.2018.8695912.

[11] F. Zaoui and N. Souissi, "Roadmap for digital transformation: A literature review," in *Procedia Computer Science, Elsevier B.V.*, 2020, pp. 621628. doi: 10.1016/j.procs.2020.07.090.

[12] M. Feki and I. Boughzala, "The Shape of Digital Transformation: A Systematic Literature Review," 2015. [Online]. Available: <http://aisel.aisnet.org/mcis2015>

[13] S. Vaska, M. Massaro, E. M. Bagarotto, and F. Dal Mas, "The Digital Transformation of Business Model Innovation: A Structured Literature Review," *Frontiers in Psychology*, vol. 11. Frontiers Media S.A., Jan. 07, 2021. doi: 10.3389/fpsyg.2020.539363.

[14] A. Nadeem, B. Abedin, N. Cerpa, and E. Chew, "Editorial: Digital transformation & digital business strategy in electronic commerce - The role of organizational capabilities," *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, vol. 13, no. 2. Universidad de Talca, pp. iviii, May 01, 2018. doi: 10.4067/S0718-18762018000200101.

[15] L. Chen, "Improving Digital Connectivity For E-commerce: A Policy Framework and Empirical Note for ASEAN," 2020. [Online]. Available: <https://www.researchgate.net/publication/340114631>

[16] A. PARLAKKILI, M. ZMEZ, and S. MERTOLU, "HOW DOES COVID-19 PANDEMIC EFFECT ONLINE SHOPPING IN E-COMMERCE?," *Journal of Business in The Digital Age*, Dec. 2020, doi: 10.46238/jobda.823955.

[17] A. Miklosik and N. Evans, "Impact of Big Data and Machine Learning on Digital Transformation in Marketing: A Literature Review," *IEEE Access*, vol. 8. Institute of Electrical and Electronics Engineers Inc., pp. 101284101292, 2020. doi: 10.1109/ACCESS.2020.2998754.

[18] M. Kotarba, "Digital transformation of

business models," Foundations of Management, vol. 10, no. 1, pp. 123142, 2018, doi: 10.2478/fman-2018-0011.

[19] O. S. F. & Okiridu and M. Golden, "Practical Teaching Methods and the Acquisition of Entrepreneurial Skills Among Business Education Students in Rivers State Universities."

[20] USAID, "So-tay-huong-dan-CDS-cho-DNNVV-linh-vuc-ban-le-va-logistics_FINAL-," 2023.

[21] Bộ Công Thương, *Sách trắng Thương mại điện tử Việt Nam năm 2022*. 2023.

[22] WeAreSocial, "digital-invietnam-2022," 2023.

[23] Khánh Linh, "Bước tiến mới trong đào tạo nhân lực chất lượng cao về thương mại điện tử," *Tạp chí Công thương*. Accessed: Nov. 07, 2023. [Online]. Available: <https://tapchicongthuong.vn/bai-viet/buoc-tien-moi-trong-dao-tao-nhan-luc-chat-luong-cao-ve-thuong-mai-dien-tu-106008.htm>

[24] Anh Thư, "Gắn đào tạo với thực tiễn để đáp ứng nhu cầu nhân lực của ngành TMĐT | Mekong ASEAN," *Tạp chí điện tử Mekong Asian*. Accessed: Nov. 07, 2023. [Online]. Available: <https://mekongasean.vn/gan-dao-tao-voi-thuc-tien-de-dap-ung-nhan-luc-cho-thuong-mai-dien-tu-post10958.html>

[25] Nhật Lệ, "SIU chú trọng 'thực chiến' trong đào tạo ngành thương mại điện tử - VnExpress," *Vnexpress*. Accessed: Nov. 07, 2023. [Online]. Available: <https://vnexpress.net/siu-chu-trong-thuc-chien-trong-dao-tao-nganh-thuong-mai-dien-tu-4601474.html>

[26] Khoa tài chính thương mại, "Seminar hoàn thiện tài liệu giảng dạy các học phần Ngành Kinh doanh thương mại và Thương mại điện tử năm học 2023-2024 - KHOA TÀI CHÍNH - THƯƠNG MẠI," *Hutech*. Accessed: Nov. 07, 2023. [Online]. Available: <https://www.hutech.edu.vn/khoatctm/tin-tuc/tin-tuc-su-kien/14612228-seminar-hoan-thien-tai-lieu-giang-day-cac-hoc-phan-nganh-kinh-doanh-thuong-mai-va-thuong-mai-dien-tu> □