

GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG ĐỘI NGŨ MARKETING TRONG CÁC DOANH NGHIỆP VỪA VÀ NHỎ Ở VIỆT NAM

SOLUTIONS TO IMPROVE THE QUALITY OF MARKETING TEAM IN SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES IN VIETNAM TODAY

Đoàn Thị Diệp Uyển

Phòng Quản lý khoa học, Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Công nghiệp

Đến Tòa soạn ngày 22/3/ 2017, chấp nhận đăng ngày 17/4/2017

Tóm tắt: Hoạt động marketing của mỗi doanh nghiệp đóng một vai trò quan trọng, quyết định vị trí của doanh nghiệp trên thị trường. Nó bắt đầu từ việc nghiên cứu thị trường và sau đó quyết định các hàng hoá sẽ được sản xuất, thực hiện sản xuất và phân phối. Trước sức ép hội nhập quốc tế, các doanh nghiệp vừa và nhỏ đang đứng trước thách thức và cơ hội, đòi hỏi phải đáp ứng yêu cầu ngày càng gay gắt của cơ chế kinh tế thị trường. Người tiêu dùng ngày càng có nhiều sự lựa chọn hơn cho nhu cầu của mình. Vì vậy, để các doanh nghiệp nâng cao được năng lực cạnh tranh trong thời kỳ hội nhập, nhất là các doanh nghiệp vừa và nhỏ, cần phải tăng cường năng lực quản trị kinh doanh, trong đó đặc biệt chú trọng tới việc xây dựng một đội ngũ marketing năng động, hiệu quả. Bài báo phản ánh thực trạng tình hình nhân sự có chuyên môn marketing và đề xuất các giải pháp, nhằm nâng cao chất lượng đội ngũ marketing. Những giải pháp này sẽ là cơ sở khoa học cho việc áp dụng vào thực tế tại các doanh nghiệp vừa và nhỏ ở Việt Nam hiện nay.

Từ khóa: Nâng cao chất lượng marketing.

Abstract: Marketing activities of each business plays an important role, determine the position of enterprises in the market. It starts with market research and then decides what goods will be produced, made, manufactured and distributed. Under the pressure of international integration, small and medium enterprises are facing challenges and opportunities, demanding to meet the increasingly demanding of the market economy mechanism. Consumers increasingly have more choices for their needs. Therefore, in order to improve the competitiveness of enterprises, in the integration period, especially small and medium enterprises, it is necessary to strengthen business management capacity, especially focusing on building Build a dynamic, effective marketing team. This article reflects the current status of marketing professionals and offers solutions to improve the quality of marketing. These solutions will be the scientific basis for the practical application in small and medium enterprises in Vietnam today.

Keywords: Enhance the quality of marketing.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Trong thời kỳ hội nhập kinh tế hiện nay, sự cạnh tranh của các doanh nghiệp trên thị trường thế giới nói chung và Việt Nam nói

riêng đang ngày càng khốc liệt và gay gắt. Doanh nghiệp nhỏ và vừa Việt Nam hiện nay chiếm khoảng 98% tổng số doanh nghiệp đang hoạt động trên cả nước, trong đó số

doanh nghiệp vừa chỉ chiếm 2,2%, doanh nghiệp nhỏ chiếm 29,6% và còn lại 68,2% là siêu nhỏ. Nhưng trên thực tế, doanh nghiệp vừa và nhỏ đóng vai trò rất quan trọng trong nền kinh tế quốc dân. Doanh nghiệp vừa và nhỏ là nơi tạo ra việc làm chủ yếu và tăng thu nhập cho người lao động, giúp huy động các nguồn lực xã hội cho đầu tư phát triển, xóa đói, giảm nghèo [1].

Một trong những hoạt động nhằm thúc đẩy sự phát triển của các doanh nghiệp vừa và nhỏ phải kể đến hoạt động Marketing, trong đó đội ngũ nhân viên marketing trong các doanh nghiệp vừa và nhỏ đóng vai trò quan trọng.

Người tiêu dùng ngày càng có nhiều sự lựa chọn hơn thỏa mãn cho nhu cầu tiêu dùng của mình. Chính vì vậy, để có thể tồn tại và phát triển, các doanh nghiệp cần thiết phải có một đội ngũ marketing năng động, hiệu quả, nắm bắt được những thay đổi thị hiếu và sự biến động của thị trường. Từ đó, dẫn dắt doanh nghiệp từng bước vượt qua những khó khăn, thử thách [3].

Trước những yêu cầu thực tế của các doanh nghiệp Việt Nam đối với nguồn nhân lực có chuyên môn marketing hiện nay, việc nâng cao chất lượng năng lực đội ngũ marketing luôn là yêu cầu vừa mang tính cấp thiết, vừa mang tính lâu dài của mỗi doanh nghiệp. Bài báo này nêu lên thực trạng tình hình nhân sự có chuyên môn marketing và đề xuất các giải pháp nhằm nâng cao chất lượng đội ngũ marketing, kết quả nghiên cứu là nền tảng khoa học cho việc áp dụng vào thực tiễn tại các doanh nghiệp vừa và nhỏ ở Việt Nam.

2. THỰC TRẠNG CHẤT LƯỢNG ĐỘI NGŨ MARKETING TRONG CÁC DOANH NGHIỆP VỪA VÀ NHỎ Ở VIỆT NAM HIỆN NAY

2.1. Thực trạng về mức độ quan tâm của lãnh đạo các doanh nghiệp đối với đội ngũ marketing

Hầu hết các doanh nghiệp vừa và nhỏ đều

nhận thức được tầm quan trọng của đội ngũ marketing. Để nâng cao năng lực marketing của một doanh nghiệp, trước hết những người đứng đầu trong doanh nghiệp cần phải có một nhận thức đúng đắn về vai trò của marketing trong doanh nghiệp. Việc phát triển doanh nghiệp cần thiết phải có sự góp sức của đội ngũ marketing và việc xây dựng thương hiệu không chỉ là trách nhiệm của phòng marketing hay cá nhân người lãnh đạo về marketing mà là trách nhiệm của tất cả mọi người trong công ty mà trên hết đó là nhận thức và sự quan tâm của người đứng đầu các doanh nghiệp.

Nhiều doanh nghiệp vừa và nhỏ cho rằng kiến thức và kinh nghiệm mới là hai yếu tố quan trọng và quyết định, không cần đến yếu tố thứ ba là marketing. Quan điểm này sẽ vô cùng nguy hiểm, có thể hủy hoại doanh nghiệp của họ trong một tương lai không xa bởi lẽ việc sản xuất ra hàng hóa mà không ai có nhu cầu mua bán sẽ dẫn tới việc hàng hóa đó không được tiêu thụ và việc sản xuất đó sẽ không sinh lời được, tức là không có giá trị lưu thông hàng hóa [2, 4].

Đối với nhiều doanh nghiệp vừa và nhỏ nơi mà các lãnh đạo đã có nhiều kinh nghiệm và hiểu biết về nhu cầu khách hàng, họ thường chăm chú nhiều vào khía cạnh vật chất kỹ thuật và giá thành của sản phẩm nhưng chưa thực sự việc quan tâm tới dịch vụ khách hàng, do đó chưa chú trọng tới việc nâng cao chất lượng đội ngũ marketing trong doanh nghiệp mình.

2.2. Thực trạng về nguồn tuyển dụng cán bộ marketing của các doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam hiện nay

Con người là nguồn lực quan trọng nhất đối với bất cứ một tổ chức nào. Sự thành công của bất kỳ một doanh nghiệp lớn hay nhỏ, phụ thuộc chủ yếu vào năng lực và hiệu suất làm việc của những người lao động. Vì vậy quá trình tuyển dụng lao động để có được một đội ngũ lao động tốt của mỗi doanh

nghiệp là hết sức quan trọng và là nhân tố quyết định trong sự tồn tại và phát triển lâu dài của doanh nghiệp.

Việc tuyển dụng một đội ngũ marketing có năng lực phù hợp với những yêu cầu của các doanh nghiệp vừa và nhỏ sẽ giúp cho doanh nghiệp đạt được mục tiêu chiến lược sản xuất kinh doanh dài hạn và định hướng phát triển tổ chức tốt hơn trong tương lai.

Việc tuyển dụng nhân viên marketing trong các doanh nghiệp phải gắn chặt với nhu cầu về nguồn nhân lực phù hợp với chiến lược sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp đó, chỉ nên tiến hành tuyển dụng trong những trường hợp cần thiết. Tuyển dụng được những người thực sự phù hợp của yêu cầu đối với công việc đảm bảo cho tổ chức có đội ngũ lao động tốt: có sức khỏe tốt, đúng chuyên môn, nhiệt tình, trung thực, gắn bó lâu dài với doanh nghiệp, đáp ứng yêu cầu công việc sẽ giúp giảm bớt chi phí đào tạo, giúp người lao động phát huy được năng lực của mình trong quá trình lao động.

Phần lớn lượng nhân viên marketing của các doanh nghiệp vừa và nhỏ ở Việt Nam hiện nay được tuyển dụng chủ yếu thông qua việc đăng tuyển trên các phương tiện thông tin đại chúng, số còn lại được tuyển từ các trường đại học, cao đẳng và qua các trung tâm giới thiệu việc làm. Các nhân viên được tuyển dụng có trình độ không đồng đều cả về chuyên môn và độ tuổi. Đa số họ là những người trẻ tuổi, năng động và nhiệt tình trong công việc, tuy nhiên lại thiếu kinh nghiệm dẫn tới chất lượng hoàn thành công việc chưa cao.

3.3. Thực trạng năng lực cán bộ Marketing trong các doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam hiện nay

Trong các doanh nghiệp vừa và nhỏ nhất thiết phải có một bộ phận chuyên trách marketing để làm công việc phân tích thị trường, lập kế hoạch và kiểm soát các khâu liên quan. Vì số lượng sản phẩm và thị

trường của doanh nghiệp ngày càng phát triển, và do áp lực cạnh tranh cũng như yếu tố bất ổn định của môi trường kinh doanh ngày càng tăng, do đó dù muốn hay không muốn, doanh nghiệp cần phải tổ chức việc quản lý hoạt động marketing tập trung, nếu không sẽ đi đến chỗ nguy hiểm là doanh nghiệp sẽ sản xuất ra sản phẩm mà về góc độ kỹ thuật thì tuyệt vời, nhưng lại là một tai họa về góc độ thương mại.

Thực tế hiện nay, năng lực cán bộ marketing trong các doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam vừa thiếu lại vừa yếu, chưa đáp ứng yêu cầu, nhiệm vụ được giao. Đối với những cán bộ marketing làm việc lâu năm trong các doanh nghiệp tuy có kinh nghiệm nhưng lại thiếu tính sáng tạo và sự năng nổ, nhiệt tình trong công việc như đội ngũ trẻ và ngược lại.

3. ĐỀ XUẤT MỘT SỐ GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG ĐỘI NGŨ MARKETING TRONG CÁC DOANH NGHIỆP VỪA VÀ NHỎ Ở VIỆT NAM

3.1. Hoạch định nhu cầu về đội ngũ marketing

Nhiệm vụ chính của nhân viên marketing trong các doanh nghiệp hiện nay là nghiên cứu nhu cầu của người tiêu dùng; phát triển thị trường; tham gia huấn luyện các tính năng sản phẩm cho đại diện bán hàng; phân tích, tổng kết dữ liệu, thu thập thông tin về người tiêu dùng và tham gia các hoạt động marketing khác... Do xu thế toàn cầu hóa, hầu như các doanh nghiệp vừa và nhỏ đã bắt đầu đánh giá đúng vị trí, vai trò và sự cần thiết của đội ngũ nhân viên marketing để giúp doanh nghiệp đưa sản phẩm, dịch vụ tiếp cận nhanh với thị trường.

Để đáp ứng đòi hỏi này, các doanh nghiệp cần rà soát lại đội ngũ nhân sự marketing hiện có của mình và hoạch định tương lai. Họ cần phải xây dựng các kế hoạch:

- Kế hoạch nhân sự marketing hiện tại và tương lai.

- Kế hoạch cân đối giữa yêu cầu hiện tại có và cần có.
- Kế hoạch tổ chức tuyển dụng, cho nghỉ việc.
- Kế hoạch chất lượng nhân sự.

Các kế hoạch này phải được xây dựng một cách nghiêm túc dựa vào dự báo tốc độ phát triển của từng doanh nghiệp.

3.2. Đào tạo, bồi dưỡng đội ngũ marketing

Con người là yếu tố quan trọng quyết định rất lớn đến sự thành công của doanh nghiệp. Với mỗi một doanh nghiệp, đội ngũ marketing đóng một vai trò chủ chốt quyết định sự thành công của doanh nghiệp. Vì đóng vai trò quan trọng, chủ lực nên đòi hỏi mỗi doanh nghiệp vừa và nhỏ cần phải nâng cao đội ngũ marketing cả về chất lượng và số lượng.

Để có được một đội ngũ nhân sự marketing tốt, các doanh nghiệp vừa và nhỏ cần tập trung vào công tác đào tạo, bồi dưỡng để mỗi cá nhân có thể phát huy được năng lực và bản lĩnh của mình, có thể vừa cập nhật kiến thức marketing hiện đại vừa biết kế thừa những di sản riêng của công ty, từ đó dám quyết đoán, chọn lựa mô hình tiếp thị phù hợp, đủ tự tin để phát triển sản phẩm và xây dựng những thương hiệu cho mỗi doanh nghiệp.

Phần lớn, các nhà lãnh đạo trong các doanh nghiệp vừa và nhỏ đều nhận thức được tầm quan trọng của hoạt động marketing, nhưng trên thực tế lực lượng này có trình độ đại học chiếm tỷ lệ không nhiều. Do đó, theo các nhà lãnh đạo thì cần thiết phải tập trung đào tạo lại đội ngũ marketing trong mỗi doanh nghiệp bởi trên thực tế đội ngũ marketing trong các doanh nghiệp vừa và nhỏ chưa thật sự đáp ứng được những yêu cầu cơ bản của công việc. Các nhà lãnh đạo doanh nghiệp cho rằng ngoài trình độ chuyên môn, nhân viên marketing cần thêm

kỹ năng sáng tạo (90%), sự nhiệt tình trách nhiệm (90%), và kỹ năng làm việc nhóm (82%) và kinh nghiệm (56%).

Để thể hiện ý tưởng này, các doanh nghiệp cần phải có kế hoạch đào tạo lại đội ngũ nhân viên marketing hiện có những chuyên môn và kỹ năng về marketing, cụ thể là tập trung vào những trọng điểm sau đây:

1. Đào tạo bồi dưỡng, cập nhật kiến thức kinh doanh cơ bản theo cơ chế thị trường cho đội ngũ marketing nhằm đáp ứng yêu cầu ngày càng phức tạp và chịu áp lực cạnh tranh ngày càng lớn của môi trường kinh doanh.
2. Đa dạng hoá việc đào tạo các kỹ năng chuyên nghiệp cho đội ngũ marketing nhằm tạo dựng phong cách kinh doanh hiện đại, đáp ứng yêu cầu và các phẩm chất cần có của doanh nghiệp.
3. Song song với việc đào tạo kiến thức và kỹ năng cơ bản, cần quan tâm tới việc đào tạo trình độ ngoại ngữ cho đội ngũ marketing để có thể giới thiệu sản phẩm của doanh nghiệp tới các nước khác trên thế giới.

3.3. Bố trí điều kiện làm việc để nâng cao chất lượng, hiệu quả làm việc của đội ngũ marketing

Để thu hút được nhân sự giỏi, có năng lực hoạt động trong lĩnh vực đầy năng động này, các doanh nghiệp cần tạo điều kiện cho nhân viên có được môi trường làm việc tốt, thoải mái, năng động... để họ có thể sáng tạo cũng như thử thách chính mình.

Sự thành công của các doanh nghiệp vừa và nhỏ phụ thuộc vào tính sáng tạo và sự hài lòng, hứng thú với công việc của mỗi cá nhân trong doanh nghiệp. Ban lãnh đạo doanh nghiệp cần quan tâm đến điều kiện làm việc của đội ngũ nhân viên, đặc biệt là đội ngũ marketing trong doanh nghiệp: bố trí văn phòng làm việc tiện nghi, thoáng mát, sạch sẽ; cung cấp đầy đủ máy móc, thiết bị, phương tiện làm việc cần thiết; trang bị đồng

phục cho nhân viên marketing. Bên cạnh đó, các doanh nghiệp nên xây dựng môi trường làm việc năng động, chuyên nghiệp và thân thiện, luôn tạo điều kiện để cho mỗi đội ngũ marketing trong doanh nghiệp của mình có cơ hội đề tự khẳng định, phát huy hết khả năng chuyên môn của mình, phối hợp đồng bộ, với tinh thần thi đua hoàn thành nhiệm vụ vì sự phát triển của bản thân và cũng vì sự nghiệp phát triển bền vững của mỗi doanh nghiệp.

Để khuyến khích nhân viên làm việc tốt, ngoài việc tạo những điều kiện làm việc cơ bản cho đội ngũ marketing thì các doanh nghiệp vừa và nhỏ cũng cần xây dựng chính sách lương, thưởng rõ ràng theo năng lực làm việc, tạo cho nhân viên sự thoải mái và an tâm cống hiến hết sức mình [5].

Các nhà lãnh đạo doanh nghiệp cũng phải cho nhân viên thấy được cơ hội thăng tiến và ổn định trong công việc, chỉ rõ quan điểm của doanh nghiệp là: thăng tiến dựa theo chất lượng, kết quả công việc chứ không phải chạy theo số lượng hoặc theo thời gian làm việc. Ngoài ra, việc tạo lập thước đo

năng lực marketing sẽ giúp các cấp quản lý và nhân viên nắm vững những kiến thức, kỹ năng và ứng xử cần thiết để hoàn thành công việc một cách chuyên nghiệp.

4. KẾT LUẬN

Marketing là chức năng quan trọng nhất khi doanh nghiệp hoạt động theo định hướng thị trường và chỉ có thể phát huy sức mạnh qua các hoạt động marketing, nhờ đó các doanh nghiệp đạt được các mục tiêu kinh doanh trên thị trường.

Các doanh nghiệp vừa và nhỏ muốn tồn tại và phát triển trên thị trường cần phải chú ý phát triển chức năng marketing nhằm đẩy mạnh việc tiêu thụ sản phẩm của doanh nghiệp mình. Để đạt được mục tiêu này, các doanh nghiệp vừa và nhỏ cần quan tâm tới việc nâng cao chất lượng đội ngũ marketing của doanh nghiệp mình, xây dựng cho mình một chính sách marketing mới, phù hợp với thị trường, đáp ứng một cách tốt nhất nhu cầu của khách hàng nhằm tăng doanh số và khách hàng tiềm năng, tăng lợi nhuận của doanh nghiệp.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Đào Thị Minh Thanh, Nguyễn Quang Tuấn, *Quản trị marketing trong thị trường toàn cầu*, Nhà xuất bản Lao động, 2007.
- [2] Roger Cartwright, *Mastering Marketing management*, Great Britain: Palgrave, 2002.
- [3] Nguyễn Dương, Anh Tuấn, *Nghệ thuật quản lý - marketing - bán hàng hiện đại*, Nhà xuất bản Thống kê, 2005.
- [4] Roger A. Kerin, Steven W. Hartley, *Marketing the core*, William Rudelius, USA: Mc Graw Hill, 2009.
- [5] Ngô Minh Cách, Nguyễn Sơn Lam, *Quản trị bán hàng*, Nhà xuất bản Tài chính, 2010.

Thông tin liên hệ: **Đoàn Thị Diệp Uyên**

Điện thoại: 0904 0904 75 - Email: dtduyen@uneti.edu.vn

Phòng Quản lý Khoa học, Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Công nghiệp.

