Mã số: 369

Ngày nhận: 10/4/2017
Ngày gửi phản biện lần 1: /2017
Ngày gửi phản biện lần 2:
Ngày hoàn thành biên tập: 26/4/2017

Ngày duyệt đăng: 26/4/2017

THÚC ĐẨY MỐI QUAN HỆ HỢP TÁC GIỮA TRƯỜNG ĐẠI HỌC VÀ DOANH NGHIỆP

Nguyễn Thu Thủy[1], Bùi Thị Kim Phúc[2]

Tóm tắt

Hợp tác giữa các cơ sở giáo dục đại học và doanh nghiệp ngày càng thể hiện tầm quan trọng và ý nghĩa thiết thực đối với các bên liên quan trong bối cảnh cạnh tranh và hội nhập sâu sắc. Bài viết hệ thống hóa và phân tích các mô hình và hình thức hợp tác toàn diện giữa các trường đại học và doanh nghiệp, chỉ ra các nhân tố ảnh hưởng tới sự thành công của mối quan hệ hợp tác đó. Trên cơ sở đó, nhóm tác giả gợi ý một số yếu tố đảm bảo hợp tác thành công, và đề xuất một số hướng đi để các bên tham khảo nhằm thúc đẩy và tăng cường hiệu quả của mối quan hệ liên kết hợp tác giữa trường đại học và doanh nghiệp nhằm đem lại lợi ích cho các bên liên quan.

Từ khóa: *Hợp tác, trường đại học - doanh nghiệp, yếu tố thành công, mô hình hợp tác*

Abstract

The collaboration between universities and enterprises has been playing an increasingly important role in the context of tougher competition and deeper global integration. This paper systemizes and analyzes various models and modes of university-enterprise comprehensive collaboration, then points out the key factors that influence the success of this collaboration. Consequently, the paper suggests several practical elements for the success in Vietnam context and proposes some directions for universities and enterprises towards improving the efficiency of this type of collaboration in order to benefit all stakeholders.

Keywords: *University-enterprise, collaboration, key factors of success, models of collaboration.*

[1] Trường Đại học Ngoại thương, Email: thuy.nt@ftu.edu.vn
[2] Trường Đại học Ngoại thương - Cơ sở 2 TP Hồ Chí Minh, Email: buithikimphuc.cs2@ftu.edu.vn

Đặt vấn đề

Trong bối cảnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa nền kinh tế, cùng với tiến trình hội nhập quốc tế sâu sắc đang diễn ra ngày càng sôi động, sự cạnh tranh là tất yếu giữa các tổ chức, doanh nghiệp nhằm nâng cao chất lượng, nâng cao năng lực cạnh tranh, hướng tới sự phát triển bền vững. Trong mọi thời kì, giáo dục và đào tạo luôn có vai trò quan trọng, mang tính quyết định đến sự phát triển của mỗi quốc gia. Trường đại học có sứ mệnh là nơi đào tạo, cung cấp đội ngũ lao động có trình độ, đáp ứng nhu cầu nhân lực chất lượng cao cho nền kinh tế xã hội, cho quốc gia và thế giới. Và như Giáo sư Drew Gilpin Faust - Hiệu trưởng Trường Đại học Harvard đã nói trong chuyến tới thăm Việt Nam vào tháng 3/2017: "*Trường đại học là nơi duy nhất chịu trách nhiệm đối với những gì đã qua và những gì sẽ xảy ra trong tương lai, chứ không chỉ đơn giản là những gì đang diễn ra trong hiện tại*". Chính vì vậy, các cơ sở giáo dục đại học (GDĐH) đã và đang không ngừng tìm kiếm những hướng đi thích hợp để nâng cao chất lượng đào tạo, gắn sản phẩm đào tạo với thị trường lao động, với nhu cầu của xã hội.

Thực tiễn cho thấy, muốn phát triển bền vững giáo dục nói chung và giáo dục đại học nói riêng thì toàn bộ hoạt động đào tạo, nghiên cứu khoa học phải gắn với thực tiễn, thậm chí còn phải định hướng, dẫn dắt xã hội đi đúng hướng. Trong phạm vi bài viết này, chúng tôi tập trung bàn tới một hướng đi quan trọng là gắn đào tạo và nghiên cứu khoa học (NCKH) với thực tiễn thông qua việc xây dựng và phát triển quan hệ hợp tác toàn diện giữa nhà trường và doanh nghiệp.

Bài viết này nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến mối liên kết giữa trường đại học và doanh nghiệp nói chung, đặc biệt nhấn mạnh vào sự hợp tác trong hoạt động đào tạo và NCKH. Trên cơ sở đó, bài viết đề xuất một số mô hình hợp tác và một số giải pháp cụ thể nhằm nâng cao hiệu quả hợp tác toàn diện trong đào tạo và NCKH giữa trường đại học và doanh nghiệp trong giai đoạn hiện nay.

1. Giới thiệu chung về hợp tác giữa trường đại học và doanh nghiệp

1.1. Một số khái niệm

Theo Luật Giáo dục Đại học 2012 của Việt Nam, một trong những mục tiêu cơ bản của giáo dục đại học là "*đào tạo nhân lực, nâng cao dân trí, bồi dưỡng nhân tài, nghiên cứu khoa học, công nghệ, tạo ra tri thức, sản phẩm mới, phục vụ yêu cầu phát triển kinh tế - xã hội, bảo đảm quốc phòng, an ninh và hội nhập quốc tế*". Để đạt được mục tiêu như vậy thì việc xây dựng các trường đại học có chất lượng, hiện đại, gắn đào tạo và NCKH với thực tiễn là một hướng đi tất yếu có tính chiến lược bền vững. Và để hoạt động đào tạo và NCKH

gắn liền với thực tiễn hoạt động của xã hội, của doanh nghiệp, các cơ sở giáo dục đại học (GDĐH) ngày càng coi trọng hợp tác toàn diện giữa nhà trường và doanh nghiệp.

Mối quan hệ hợp tác giữa nhà trường và doanh nghiệp được hiểu như là những giao dịch, những hoạt động tương tác giữa các trường đại học và các tổ chức sản xuất kinh doanh để đạt được các mục tiêu và lợi ích của cả hai bên. Đẩy mạnh hợp tác và tăng cường khai thác các giá trị của nó có thể giúp các cơ sở GDĐH tháo gỡ những khó khăn về tài chính, và giúp các doanh nghiệp đạt được hoặc duy trì ưu thế cạnh tranh trong thị trường năng động, đồng thời đóng góp cho sự tăng trưởng kinh tế của quốc gia và đáp ứng đòi hỏi của thị trường lao động (Carayol, 2003; Gibb và Hannon, 2006; Razvan và Dainora, 2009).

Tóm lại, quan hệ hợp tác giữa nhà trường và doanh nghiệp là tất cả mọi hình thức tương tác trực tiếp hay gián tiếp, có tính chất cá nhân hay tổ chức giữa trường đại học và các doanh nghiệp nhằm hỗ trợ lẫn nhau vì lợi ích của cả hai phía.

1.2. Các hình thức hợp tác giữa trường đại học và doanh nghiệp

Theo Nghiên cứu của Viện Sáng tạo và Công nghệ thuộc Ủy ban Châu Âu năm 2009 "*Nghiên cứu 30 tình huống thực tế về hợp tác giữa trường đại học và doanh nghiệp*", mối quan hệ hợp tác giữa trường đại học và doanh nghiệp được thể hiện dưới tám hình thức sau đây, đồng thời nhóm tác giả cũng diễn giải phân tích sâu hơn các khả năng hợp tác liên kết trong từng hình thức cụ thể, bao gồm:

- *Hợp tác trong nghiên cứu (Collaboration in R&D)*: Đây là hình thức hợp tác cao nhất giữa nhà trường và doanh nghiệp. Mục đích của sự hợp tác này là đem lại sự hỗ trợ thiết thực cho hoạt động nghiên cứu của nhà trường. Doanh nghiệp và nhà trường có thể cùng tiến hành thực hiện các dự án liên kết. Các trường có thể tìm kiếm sự hợp tác này bằng cách chủ động giới thiệu với các doanh nghiệp những chương trình nghiên cứu có thể đem lại lợi ích trực tiếp cho các doanh nghiệp. Doanh nghiệp cũng có thể trực tiếp đặt hàng các cơ sở GDĐH để tiến hành các nghiên cứu mà họ quan tâm, giải quyết các vấn đề cụ thể mà doanh nghiệp đang gặp phải trong thực tiễn.

- *Thương mại hóa các kết quả nghiên cứu (Commercialization of R&D)*: Hình thức này khá phổ biến trong các nước phát triển, bao gồm cả chuyển giao công nghệ. Để có thể đẩy mạnh hình thức hợp tác này, một điều cần thiết là phải xây dựng một khung pháp lý hoàn chỉnh về quyền sở hữu trí tuệ. Hoạt động này thường tập trung ở những người đang có quan hệ chặt chẽ với các doanh nghiệp trong lĩnh vực chuyên ngành của họ. Nhà trường cũng có thể chủ động tạo các thực thể pháp nhân, khung cơ sở pháp lý phù hợp để thúc đẩy loại hình hợp tác này với doanh nghiệp.

- *Thúc đẩy khả năng lưu chuyển của sinh viên (Mobility of Students)*: Doanh nghiệp tạo điều kiện để sinh viên đến thực tập và tạo ra cơ hội giao lưu để họ có thể trải nghiệm nhiều khía cạnh phong phú của thế giới bên ngoài nhà trường. Nhà trường tăng cường phối hợp với phòng nhân sự của các công ty, doanh nghiệp để tạo điều kiện cho sinh viên đến với thế giới việc làm, thông qua các chương trình kiến tập, thực tập, làm việc bán thời gian, cơ hội được đào tạo tập sự, và các cơ hội việc làm khác ngay trước và sau khi chưa tốt nghiệp.

- *Thúc đẩy sự vận động, lưu chuyển của giảng viên (Mobility of Academics)*: Nhà trường khuyến khích những hoạt động giao lưu hay hợp đồng làm việc ngắn hạn của giảng viên trong các doanh nghiệp nhằm xây dựng quan hệ, chia sẻ quan điểm và nắm bắt thực tế. Để thực hiện hình thức hợp tác này, cần phải có luật lệ, quy định để đảm bảo quyền lợi của giảng viên (như hưu bổng, kỳ nghỉ, sự thăng tiến, v.v.) trong thời gian làm việc ngắn hạn như thế.

- *Xây dựng và thực hiện chương trình đào tạo (Curriculum development and delivery)*: Đây là hình thức có ý nghĩa rất quan trọng trong việc nâng cao chất lượng đào tạo và giúp sinh viên thích ứng tốt với đòi hỏi của thị trường lao động. Nhà trường có thể khuyến khích sự tham gia của giới doanh nghiệp vào việc xây dựng và cập nhật chương trình đào tạo, thông qua các phiếu lấy ý kiến, các cuộc thảo luận và trao đổi thông tin. Các chuyên gia làm việc tại các doanh nghiệp là một nguồn hợp tác đầy tiềm năng trong việc đảm nhận công việc giảng dạy trong trường, hoặc đóng vai trò là các diễn giả trong các buổi giảng chia sẻ kinh nghiệm thực tiễn.

- *Học tập suốt đời (Lifelong learning)*: Nhà trường phải tăng cường giao tiếp với doanh nghiệp để nắm bắt nhu cầu, lợi ích và khả năng thực hiện nhiều hình thức học tập ngắn và dài hạn, các hoạt động đào tạo, tái đào tạo… khác nhau mà nhà trường có thể đem lại cho doanh nghiệp.

- *Hỗ trợ các hoạt động khởi nghiệp (Enterpreneurship)*: Nhà trường nỗ lực nâng cao tinh thần khởi nghiệp, tạo ra một văn hóa kích thích giảng viên và sinh viên suy nghĩ và hành động với tinh thần khởi nghiệp, đặt họ trước những con đường sáng nghiệp của giới doanh nghiệp và lôi cuốn họ thoát ra khỏi lối mòn tư duy. Trong các hoạt động hỗ trợ khởi nghiệp, nhà trường có thể chủ động mời sự tham gia của các doanh nghiệp trong lĩnh vực liên quan.

- *Tham gia quản trị nhà trường (Governance)*: Hình thức này thể hiện ở chỗ tăng cường sự tham gia của doanh nghiệp vào quá trình ra quyết định ở tầm lãnh đạo của nhà trường và mời những người thành đạt trong giới doanh nghiệp tham gia vào Hội đồng trường. Họ sẽ giúp ích nhà trường rất nhiều, đặc biệt là về chiến lược phát triển.

Ngoài ra, nhóm tác giả cho rằng có thể bổ sung một hình thức hợp tác nữa giữa nhà trường và doanh nghiệp, đó là "*Hợp tác cùng cung ứng dịch vụ*", trong đó nhà trường và doanh nghiệp có thể phối hợp trong cung cấp các dịch vụ như tư vấn pháp lý, tư vấn tài chính - kế toán, tư vấn quản trị doanh nghiệp, tư vấn quản lý công nghệ, tư vấn thiết kế, ntư vấn đảm bảo chất lượng, kiểm định chất lượng giáo dục, v.v. Hình thức hợp tác này đòi hỏi tính tự chủ cao dành cho các cơ sở GDĐH.

Trong số các hình thức hợp tác nêu trên, hầu hết tất cả các hình thức đều có liên quan mật thiết đến hoạt động đào tạo và NCKH – hai mảng quan trọng cốt lõi trong hoạt động của các cơ sở GDĐH. Việc xác định các hình thức hợp tác này có thể giúp định hướng cho các trường đại học và doanh nghiệp xây dựng các chiến lược liên kết phù hợp với khả năng và mục tiêu của mình trong từng giai đoạn cụ thể.

1.3. Vai trò của việc xây dựng mối quan hệ hợp tác giữa trường đại học và doanh nghiệp

Mối quan hệ hợp tác giữa các cơ sở GDĐH và doanh nghiệp trên thế giới đã tồn tại và phát triển lâu đời, có sự gắn bó chặt chẽ và tương hỗ hiệu quả, đem lại lợi ích to lớn cho nền kinh tế - xã hội. Tại Việt Nam, các bên liên quan cũng đã bắt đầu nhận thức được tầm quan trọng của mối quan hệ hợp tác này và tìm các giải pháp để thúc đẩy, gia tăng hiệu quả hợp tác.

Sự cần thiết của mối quan hệ hợp tác giữa trường đại học và doanh nghiệp trước hết bắt nguồn từ tầm quan trọng của giáo dục và từ yêu cầu không ngừng nâng cao chất lượng nguồn nhân lực như là nền tảng tiên quyết để duy trì và phát triển sức cạnh tranh trong bối cảnh hội nhập quốc tế. Giáo dục có vai trò hết sức quan trọng giúp phát huy nhân tố con người - vốn là yếu tố quý nhất quyết định mọi thành công. Tổ chức, doanh nghiệp nào sở hữu đội ngũ lao động có chất lượng cao, tổ chức và doanh nghiệp đó càng có khả năng thắng lợi trong cuộc cạnh tranh.

Từ góc độ thực tiễn của người sử dụng lao động, các doanh nghiệp muốn tồn tại và phát triển thì đều đứng trước nhu cầu về chất lượng lao động ngày càng cao. Các tổ chức nghề nghiệp, các doanh nghiệp luôn thấy có nhu cầu phải đào tạo và đào tạo lại đội ngũ nhân sự các cấp của mình, và việc đào tạo này một phần lại quay lại các trường đại học để đặt hàng. Các tổ chức, doanh nghiệp hoàn toàn có thể chủ động tham gia vào việc góp ý kiến xây dựng các chương trình đào tạo đại học và sau đại học trong các lĩnh vực ngành nghề là chuyên môn mà mình quan tâm.

Từ phía các cơ sở GDĐH, nhiều trường thông thường chỉ tập trung đào tạo những ngành/chuyên ngành mà mình có thế mạnh, theo chương trình sẵn có của mình lâu nay mà chưa thực sự chú trọng đến nhu cầu thị trường, nhu cầu từng ngành nghề mà doanh nghiệp

cần trong thực tiễn. Nói cách khác, các cơ sở đào tạo không biết hoặc chưa đủ quan tâm tới việc những sản phẩm – người lao động, với tư cách là hàng hóa đặc biệt mình làm ra có được thị trường chấp nhận hay không. Nhiều cơ sở GDĐH ở Việt Nam chưa chủ động trong việc đánh giá và cập nhật chương trình đào tạo của mình. Kết quả công tác kiểm định chất lượng gần đây của các trường đại học cao đẳng ở Việt Nam, do Bộ Giáo dục & Đào tạo yêu cầu bắt buộc, đã chỉ rõ ràng các điểm yếu này.

Chính bối cảnh hội nhập và yêu cầu cạnh tranh cả trên thương trường và trong lĩnh vực cung cấp dịch vụ giáo dục đào tạo đã quy định tính tất yếu của sự hợp tác qua lại giữa doanh nghiệp và các cơ sở GDĐH. Sự gắn kết hoạt động đào tạo và NCKH của nhà trường và doanh nghiệp là một quá trình tương tác không thể tách rời, đồng thời mang lại lợi ích hấp dẫn cho tất cả các bên liên quan:

- Về phía các doanh nghiệp và người sử dụng lao động, việc tham gia vào quá trình đào tạo như một hình thức đầu tư phát triển, sẽ giúp doanh nghiệp có thêm quyền lợi và cơ hội lựa chọn các "sản phẩm" - lao động chất lượng cao, giảm bớt thời gian và chi phí đào tạo lại. Đây cũng đồng thời là việc doanh nghiệp thực hiện một phần trách nhiệm xã hội của mình (*CSR – corporate social responsibility*) thông qua quá trình đóng góp vào quá trình đào tạo của các cơ sở GDĐH. Đồng thời, quá trình hợp tác trong NCKH giúp giải quyết các vấn đề thực tiễn của doanh nghiệp, hoặc giúp doanh nghiệp có cơ hội tiếp cận các sản phẩm công nghệ mới nhất được nghiên cứu từ các cơ sở GDĐH, đặc biệt có lợi khi các doanh nghiệp có khả năng thương mại hóa các sản phẩm khoa học đó. Những sản phẩm kỹ thuật, công nghệ cao cũng là những cơ hội to lớn để thay đổi thế giới, thay đổi thị trường… mà các doanh nghiệp đi đầu cũng luôn muốn nắm bắt và khai thác.

- Về phía các cơ sở GDĐH, sự hợp tác với doanh nghiệp góp phần cập nhật chương trình đào tạo, nâng cao chất lượng đào tạo, tăng cường tính thực tiễn trong đào tạo, giúp thương mại hóa các kết quả nghiên cứu, nâng cao uy tín của nhà trường trong đào tạo và NCKH. Ngoài ra, mối quan hệ hợp tác chặt chẽ với doanh nghiệp giúp sinh viên có cơ hội thực tập và việc làm phong phú và phù hợp, góp phần phát hiện, phát triển và trọng dụng nhân tài cho doanh nghiệp và đất nước, đáp ứng nhu cầu của thị trường lao động không chỉ trong nước mà cả trên trường quốc tế. Hơn nữa, với sự tham gia của doanh nghiệp vào quá trình xây dựng và đánh giá chương trình đào tạo, nhà trường cũng đáp ứng được một trong những tiêu chuẩn quan trọng trong kiểm định chất lượng giáo dục đại học, khẳng định và tăng cường uy tín trong đào tạo và NCKH đối với người học và xã hội, góp phần gia tăng mức độ xếp hạng của nhà trường trong nước và quốc tế.

- Về phía giảng viên, hợp tác trong NCKH với doanh nghiệp sẽ nâng cao trình độ và năng lực nghiên cứu chuyên sâu, tăng cường khả năng ứng dụng các sản phẩm khoa học vào đời sống thực tiễn, tiếp cận được với thị trường đầu ra cho các sản phẩm nghiên cứu, mở rộng các mối quan hệ networking cần thiết trong nghiên cứu và phổ biến kết quả nghiên cứu. Phối hợp với doanh nghiệp trong đào tạo và NCKH cũng đồng thời tăng được kinh nghiệm thực tiễn của giảng viên, nâng cao chất lượng giảng dạy, tính thực tiễn trong các bài giảng, đồng thời truyền tải được sự gia tăng chất lượng đó vào sản phẩm đầu ra của quá trình đào tạo – chính là người học.

- Về phía sinh viên, sự hợp tác nhà trường – doanh nghiệp sẽ cho phép họ nâng cao kiến thức, kỹ năng chuyên môn và thực tiễn, tăng cơ hội tìm việc và giảm thiểu những phí tổn học hành cả về tài chính, thời gian và tâm sức… Ngoài ra, bên cạnh cơ hội có được học bổng của doanh nghiệp tài trợ, khi có niềm tin về triển vọng nơi làm việc và yêu cầu nghề nghiệp tương lai, sinh viên đầu tư sâu hơn, hiệu quả hơn cho các môn học, các cơ sở GDĐH có uy tín, xếp hạng và thương hiệu tốt mà họ lựa chọn.

- Về phía xã hội, sự hợp tác giữa nhà trường và doanh nghiệp giúp đáp ứng được các nhu cầu trên thị trường lao động, định hướng được giáo dục và đào tạo hướng đến các lĩnh vực mà nền kinh tế - xã hội đang có nhu cầu. Sự hợp tác này cho phép tăng hiệu quả, tiết kiệm kinh phí đầu tư xã hội nói chung trong giáo dục và đào tạo, giảm tình trạng thất nghiệp, nâng cao sức cạnh tranh và đẩy mạnh phát triển kinh tế thị trường theo hướng kinh tế tri thức và phát triển bền vững.

2. Các nhân tố ảnh hưởng đến quan hệ hợp tác giữa trường đại học và doanh nghiệp

Để thúc đẩy phát triển mối quan hệ hợp tác giữa nhà trường và doanh nghiệp, từ góc độ trường đại học, điều quan trọng là phải xác định những nhân tố tác động đến mối quan hệ này, từ đó có thể xây dựng chiến lược và kế hoạch hành động phù hợp. Các nhân tố sau đây có ảnh hưởng đến mối quan hệ hợp tác trong lĩnh vực đào tạo và NCKH.

2.1. Các nhân tố bên ngoài

- *Môi trường hợp tác*: Xu thế toàn cầu hóa và hội nhập quốc tế ảnh hưởng đến tất cả mọi lĩnh vực trong đời sống xã hội của mỗi quốc gia. Chính xu thế hội nhập này và yêu cầu cạnh tranh trên thương trường buộc các doanh nghiệp cần xây dựng mối quan hệ thường xuyên và khăng khít với nhà trường, đồng thời cũng khiến các cơ sở đào tạo phải chú trọng hơn đến nhu cầu của thị trường, nhu cầu của doanh nghiệp, để đào tạo ra các thế hệ lao động đủ sức cạnh tranh và hợp tác ở cả thị trường lao động trong nước và quốc tế.

- *Cơ chế, chủ trương, chính sách của nhà nước, của các cơ quan bộ ngành chủ quản*: Chủ trương, chính sách của nhà nước là yếu tố vĩ mô ảnh hưởng rất lớn đến hoạt động hợp

tác giữa các cơ sở GDĐH và doanh nghiệp. Quan hệ liên kết giữa nhà trường và doanh nghiệp có khả thi hay không, lĩnh vực liên kết và phạm vi liên kết như thế nào phụ thuộc rất lớn vào sự cho phép của luật pháp và được luật pháp tạo điều kiện. Đặc biệt trong bối cảnh hiện nay, tự chủ đại học đang được cho phép và ngày càng mở rộng, là một trong những điều kiện tiền đề quan trọng để gia tăng mối quan hệ hợp tác giữa các cơ sở GDĐH và doanh nghiệp.

2.2. Các nhân tố bên trong

- *Chiến lược, tầm nhìn, mục tiêu của các bên***:** Các bên liên quan trong mối quan hệ hợp tác cần phải có hệ thống chiến lược, tầm nhìn, mục tiêu, giá trị cốt lõi có sự tương đồng và chia sẻ, trong đó nhấn mạnh tính trọng yếu của hợp tác nhà trường – doanh nghiệp. Đây chính là điều kiện tiên quyết để có sự khởi đầu của hợp tác. Sự tin cậy lẫn nhau, sự gắn bó và chia sẻ một mục tiêu chung là những động lực được đánh giá cao nhất trong quá trình hợp tác nhà trường và doanh nghiệp. Điều này có nghĩa là ngay cả khi sự thiếu hụt nguồn tài chính được coi là lý do để quan hệ hợp tác ấy trở nên bất khả thi, thì bản thân một nguồn tài chính mạnh mẽ chỉ riêng nó cũng không đủ để hợp tác nếu như động lực thúc đẩy quan hệ hợp tác hay nhận thức về lợi ích không được xây dựng vững chắc.

- *Nguồn lực của các bên:* Nguồn lực ở đây là các nguồn lực về tài chính, về cơ sở vật chất và con người. Trong đó, nguồn tài chính được cả giới khoa học lẫn giới quản lý đại học xem là rào cản lớn cho quan hệ nhà trường và doanh nghiệp. Không thể nào xây dựng được mối quan hệ hợp tác nếu không có nguồn tài chính và các nguồn lực khác sẵn sàng. Nếu như các bên không có tiềm lực tài chính thì rất khó để phát triển các hoạt động NCKH và đào tạo có chất lượng cao. Ngoài ra, đội ngũ nhân lực (chưa kể đội ngũ lãnh đạo cao nhất) có tính chất quyết định đến việc các bên có làm việc được với nhau không và duy trì được mối quan hệ lâu dài bền vững hay không.

- *Năng lực của đội ngũ lãnh đạo nhà trường và doanh nghiệp:* Năng lực của đội ngũ lãnh đạo là một trong những yếu tố then chốt quyết định sự thành bại của bất kỳ tổ chức nào. Trong mối quan hệ hợp tác giữa nhà trường và doanh nghiệp, lãnh đạo từ hai phía này phải nhận thức được đây là mối quan hệ tất yếu khách quan nhằm nâng cao chất lượng đào tạo trong xu thế hội nhập hiện nay. Từ nhận thức đó, họ phải cùng nhau xây dựng các chiến lược hợp tác, mô hình hợp tác và hình thức hợp tác hiệu quả.

- *Hệ thống quản trị đại học*: Ngày nay, tầm quan trọng của quản trị đại học đã được nhận thức và ghi nhận. Trong một hệ thống quản trị đại học hiệu quả, người ta chắc chắn đã phải gắn kết được doanh nghiệp vào các hoạt động của nhà trường để đạt được các tiêu chí nhất định. Khi hệ thống quản trị đại học còn yếu kém, các bên chưa thể có điều kiện nghĩ

đến hợp tác giữa nhà trường và doanh nghiệp, hoặc mới chỉ có thể dừng lại ở những hoạt động mang tính hình thức.

- *Thông tin và sự duy trì thông tin về nhau:* Thông tin là mạch máu của mọi hệ thống. Trong quan hệ hợp tác giữa nhà trường và doanh nghiệp, nếu hai bên không có thông tin về nhu cầu và năng lực của nhau sẽ gây nhiều khó khăn và trở ngại trong quá trình hợp tác. Đặc biệt, luồng thông tin phải được luôn luôn duy trì và phát triển thì mới có thể nuôi dưỡng mối quan hệ hợp tác bền chặt.

- *Các nhân tố có tính chất tình thế khác*: Đặc điểm tính cách của giới khoa học có ảnh hưởng đến phạm vi của quan hệ hợp tác giữa nhà trường và doanh nghiệp. Về giới tính, phái nam nhận thức được một phạm vi hợp tác cao hơn so với các đồng nghiệp nữ trong một số loại hình hợp tác; về tuổi tác, thì các nhà khoa học lớn tuổi thường có mức độ hợp tác với giới doanh nghiệp cao hơn các đồng nghiệp trẻ tuổi. Tương tự, những nhân tố mang tính chất điều kiện, như số năm làm việc trong trường đại học, số năm làm việc trong các doanh nghiệp, lĩnh vực chuyên ngành, loại hình cơ sở GDĐH nơi họ đang làm việc cũng như đặc điểm quốc gia mà nhà trường tọa lạc, v.v. đều là những yếu tố dự báo đáng tin cậy về phạm vi, mức độ hợp tác giữa nhà trường và doanh nghiệp. Kết quả nghiên cứu cho thấy những người có mức độ hợp tác cao hơn là những nhà khoa học đã có trên mười năm kinh nghiệm làm việc tại các trường đại học, những người có trên hai năm kinh nghiệm tại các doanh nghiệp, những người làm trong lĩnh vực công nghệ và kỹ thuật (Phạm Thị Ly, 2016). Kiểu loại trường cũng có vai trò trong kiểu hợp tác giữa nhà trường và doanh nghiệp, theo đó mức độ hợp tác cao nhất thuộc về các trường bách khoa và khoa học ứng dụng.

2.3. Một số "yếu tố thành công"

Trong một số cuộc phỏng vấn của nhóm tác giả với các doanh nghiệp và tổ chức là đối tác với các trường đại học, ngoài các nhân tố có tính chất phổ quát nêu trên, giới doanh nghiệp Việt Nam đánh giá các yếu tố sau đây được coi là yếu tố tạo nên thành công của mối quan hệ hợp tác giữa nhà trường và doanh nghiệp:

- Các bên có tiêu chí lựa chọn đối tác phù hợp với mục tiêu chiến lược, mục tiêu này có thể thay đổi theo từng thời kỳ và bối cảnh cụ thể. Các tiêu chí cần rõ ràng và cập nhật thường xuyên.
- Kiểm tra tính phù hợp và các điều kiện của phía đối tác thường xuyên, định kỳ; cần có kế hoạch để cập nhật cả nhu cầu của phía đối tác một cách định kỳ.
- Có ý thức tôn trọng mục tiêu của các bên liên quan, không đặt bản thân mình ở vị thế cao hơn đối tác.

- Có bộ phận chuyên trách kiểm soát và duy trì các mối quan hệ hợp tác, hiện thực hóa các thỏa thuận giữa các bên, rà soát lại các quá trình, tiến độ thực thi và đề xuất giải pháp kịp thời để xử lý các vướng mắc.

3. Một số mô hình, hình thức hợp tác cụ thể - gợi ý đối với các trường đại học

3.1. Mô hình xã hội hóa giáo dục

Xã hội hóa giáo dục là tư tưởng lớn mà Chủ tịch Hồ Chí Minh lúc sinh thời đã dạy "Giáo dục là sự nghiệp của quần chúng". Tư tưởng đó đã được cụ thể hóa bằng chủ trương lớn của Đảng và Nhà nước "Huy động toàn xã hội làm giáo dục, động viên các tầng lớp nhân dân đóng góp sức người, sức của, xây dựng nền giáo dục quốc dân phát triển dưới sự quản lí của Nhà nước" (Văn kiện Đại hội Đảng toàn quốc lần thứ VIII) và một lần nữa được khẳng định trong Báo cáo chính trị của Ban Chấp hành Trung ương Đảng tại Đại hội Đảng khóa X "Chuyển dần mô hình giáo dục hiện nay sang mô hình giáo dục mở - mô hình xã hội học tập".

Như vậy, xã hội hóa giáo dục hiểu một cách rộng nhất là việc huy động sức mạnh tổng hợp của các ngành, các lực lượng xã hội, và các doanh nghiệp có liên quan đến giáo dục vào việc phát triển sự nghiệp giáo dục, tạo điều kiện cho giáo dục nói chung và giáo dục đại học nói riêng phát triển mạnh mẽ hơn. Sự tham gia của các lực lượng này sẽ làm cho giáo dục gắn bó với cộng đồng, do cộng đồng thực hiện và vì lợi ích của cộng đồng, đồng thời đạt được mục tiêu và lợi ích của tất cả các bên liên quan.

Xã hội hóa giáo dục hiểu theo nghĩa hẹp, đặt trong mối quan hệ với các doanh nghiệp và trường đại học, là việc các cơ sở GDĐH và các tổ chức doanh nghiệp cùng hợp tác đầu tư cho giáo dục đại học và nghiên cứu khoa học dưới các hình thức đa dạng. Điều kiện cho quá trình xã hội hóa giáo dục theo nghĩa hẹp này có thể thực sự thành công chính là việc trao quyền tự chủ hoàn toàn cho các trường đại học. Khi đó, các trường có thể tự quyết định hình thức đầu tư, hợp tác, liên doanh liên kết với các đơn vị, tổ chức, doanh nghiệp khác trong GDĐH.

Một số gợi ý trong mô hình xã hội hóa cho GDĐH:

- Cơ sở GDĐH và doanh nghiệp có thể cùng hợp tác đầu tư liên doanh liên kết mở các cơ sở, phân hiệu, phân viện, trường trong trường (schools), viện nghiên cứu & triển khai, cơ sở thực hành… trực thuộc các trường đại học, có mô hình tổ chức đặc thù, hoặc đạt chất lượng cao, chất lượng quốc tế. Đối tượng của hợp tác liên doanh liên kết này sẽ cần có cơ chế vận hành riêng, có thể dưới dạng Hội đồng quản trị, có quy chế tổ chức hoạt động rõ ràng, đảm bảo lợi ích của các bên.

- Nhà trường và doanh nghiệp có thể phối hợp kêu gọi vốn đầu tư, mở các trường đại học quốc tế, các trường có đẳng cấp cao, tiến tới xếp hạng quốc tế tại Việt Nam. Điều này sẽ góp phần giảm bớt dòng ngoại tệ từ trong nước đổ ra nước ngoài khi người dân Việt Nam cho con em mình đi du học ở nước ngoài.
- Nhà trường và doanh nghiệp cùng đầu tư vào các cơ hội kinh doanh khởi nghiệp (startups), nhất là các trường đại học đào tạo và nghiên cứu kỹ thuật - công nghệ cao. Hoạt động đầu tư có thể tiến hành qua các các công ty hoặc trung tâm hỗ trợ khởi nghiệp của nhà trường thành lập. Các trường có thể phối hợp với nhau tạo thành các đầu mối (hubs) về khởi nghiệp chung, tạo thành một hệ thống kết nối hỗ trợ nhau, ví dụ các trường khoa học tự nhiên kết hợp với các trường khoa học xã hội, kinh tế, luật… để hỗ trợ tối đa cho các startups có khả năng thành công.

Ở một số nước có trình độ phát triển cao, Chính phủ có chính sách rất thiết thực để bắt buộc các doanh nghiệp thực hiện trách nhiệm xã hội của mình, đóng góp trở lại cho giáo dục và đào tạo của quốc gia. Chẳng hạn doanh nghiệp phải đóng góp một tỷ lệ % nào đó từ doanh thu hoặc thu nhập của mình vào các quỹ dành cho phát triển giáo dục đào tạo, từ đó tạo nguồn tài chính để tiếp tục đào tạo ra tiếp nguồn nhân lực tương lai của quốc gia. Lập luận ở đây là bởi doanh nghiệp đã được "hưởng thụ" các sản phẩm đào tạo, nên có trách nhiệm xã hội phải đóng góp trở lại cho khu vực giáo dục – thường là khu vực hoạt động phi lợi nhuận.

3.2. Các mô hình và hình thức hợp tác cụ thể khác

3.2.1. Trường đại học thành lập công ty, trung tâm, cơ sở thực hành… trực thuộc

Trong bối cảnh hiện nay, khi ngày càng nhiều trường đại học được hưởng cơ chế tự chủ hoàn toàn, nhà trường có thể tiến hành thành lập các doanh nghiệp trực thuộc, vừa nghiên cứu triển khai, vừa phát triển các hoạt động R&D vừa thương mại hóa các sản phẩm NCKH, các sản phẩm công nghệ mới… Các doanh nghiệp này sẽ có vị thế để tiếp tục kết nối và phát triển các mối quan hệ hợp tác với các tổ chức và doanh nghiệp bên ngoài. Việc thành lập các trung tâm hỗ trợ sinh viên, trung tâm hỗ trợ sáng tạo và khởi nghiệp… cũng nằm trong xu thế này, tạo điều kiện để gắn kết hoạt động của các cơ sở GDĐH với giới kinh doanh. Các trường đào tạo yêu cầu tính thực hành cao cần thành lập các cơ sở thực hành thực tập, ví dụ mở bệnh viện (đối với các trường đào tạo ngành y), mở khách sạn (đối với các trường đào tạo quản trị du lịch khách sạn)…

Một điển hình chính là mô hình của Đại học Harvard, nhà trường và các trường thuộc trường đã thành lập nhiều trung tâm khác nhau có liên quan trực tiếp đến doanh nghiệp và khởi nghiệp:

- Harvard Innovation Labs: mở ra không gian sáng tạo và hợp tác để thúc đẩy tinh thần doanh nhân, tinh thần khởi nghiệp và sáng tạo trong toàn bộ hệ thống của ĐH Harvard.
- Arthur Rock Center for Entrepreneurship (trực thuộc trường Harvard Business School): nghiên cứu và hỗ trợ các ý tưởng kinh doanh sáng tạo, các doanh nhân và học viên khởi nghiệp.
- Technology and Entrepreneurship Center at Harvard (trực thuộc trường John A. Paulson School of Engineering and Applied Sciences của ĐH Harvard): nghiên cứu, đào tạo và hỗ trợ khởi nghiệp về công nghệ, nhưng đồng thời nhấn mạnh các hướng nghiên cứu và khởi nghiệp đa lĩnh vực.

Các trung tâm như trên của Đại học Harvard, ngoài công việc hỗ trợ và đào tạo cho sáng tạo và khởi nghiệp, cũng đặc biệt chuyên nghiên cứu về doanh nghiệp và doanh nhân, trong đó có đội ngũ nhân lực chất lượng cao nghiên cứu các vấn đề doanh nghiệp gặp phải, nghiên cứu các tình huống thực tiễn để đưa vào chương trình đào tạo tại các lĩnh vực tương ứng.

Tại Việt Nam, mô hình công ty như BK Holdings của Trường Đại học Bách khoa Hà Nội có thể là một ví dụ hay để tham khảo. BK Holdings có nhiệm vụ và lĩnh vực hoạt động bao gồm: (i) Đầu tư góp vốn liên doanh, liên kết, ươm tạo các doanh nghiệp; (ii) Huy động và quản lý vốn phục vụ cho quá trình ươm tạo và thương mại hoá các sản phẩm khoa học công nghệ từ Trường Đại học Bách khoa Hà Nội; (iii) Cung cấp các dịch vụ đào tạo thích nghi và cập nhật kiến thức theo yêu cầu xã hội; và (iv) Cung cấp các dịch vụ: tư vấn và chuyển giao công nghệ, tư vấn đầu tư, tư vấn về quản lý, tư vấn về tài chính, nhận uỷ thác các nguồn vốn đầu tư từ các tổ chức, cá nhân trong và ngoài nước, triển khai các hoạt động sản xuất kinh doanh.

Các trường đại học thuộc khối kinh tế, quản trị kinh doanh thì có thể thành lập các trung tâm, công ty tư vấn pháp lý, quản trị doanh nghiệp, kế toán kiểm toán tài chính, v.v. cũng như các trung tâm hỗ trợ sáng tạo khởi nghiệp, lúc đầu có thể thiên về mảng quản lý kinh doanh, sau đó có thể phát triển và kết hợp với các trường khối khoa học tự nhiên để cùng thương mại hóa các sản phẩm khoa học công nghệ.

Các trường đại học y có thể mở thêm các bệnh viện, các cơ sở thực hành y tế. Các trường chuyên về du lịch khách sạn có thể mở các công ty lữ hành, khách sạn, nhà hàng kinh doanh…

Chính từ các hoạt động chủ động của các cơ sở GDĐH như trên, các doanh nghiệp có liên quan sẽ có cơ hội tham gia vào mạng lưới công việc và thắt chặt hợp tác với nhà trường, phù hợp với định hướng mà nhà trường đã xác định. Ngoài ra, hệ thống mạng lưới

cựu sinh viên của các cơ sở GDĐH nay hoạt động tại các tổ chức doanh nghiệp cũng có cơ hội và điều kiện để quay trở lại đóng góp thiết thực cho nhà trường qua việc phối hợp đầu tư đúng lĩnh vực mình mà mình đã từng được đào tạo.

3.2.2. Doanh nghiệp đặt hàng và phối hợp nghiên cứu cùng với trường đại học

Khi các cơ sở GDĐH đã có các trung tâm, viện, công ty… có uy tín ngày càng tăng trong đào tạo, khởi nghiệp và NCKH, thì từ phía các doanh nghiệp cũng sẽ có động lực thôi thúc để đặt hàng nghiên cứu, cùng phối hợp nghiên cứu phát triển sản phẩm dịch vụ mới.

Một ví dụ thành công về mối quan hệ hợp tác NCKH là Công ty Cổ phần Bóng đèn Phích nước Rạng Đông. Công ty Rạng Đông đã rất chủ động trong hợp tác nghiên cứu với các trường, các viện thuộc cả khối công nghệ, mỹ thuật và kinh tế/kinh doanh như Trường ĐH Bách Khoa Hà Nội, Trường ĐH Ngoại thương, Trường ĐH Mỹ thuật Công nghiệp để phát triển hoạt động sản xuất kinh doanh của mình. Rạng Đông vừa không ngừng phát triển các sản phẩm sử dụng công nghệ mới tiên tiến tiết kiệm năng lượng, vừa có hình thức và mỹ thuật ngày càng đa dạng, đẹp mắt và tiện dụng; đồng thời đổi mới chiến lược, cơ chế quản trị doanh nghiệp và xây dựng các kế hoạch kinh doanh mới để vận hành ngày càng hiệu quả với cố vấn trưởng về quản trị và tái cấu trúc đến từ Trường ĐH Ngoại thương.

Các doanh nghiệp khi cần thiết sẽ đặt hàng các nghiên cứu khoa học cụ thể, giải quyết các vấn đề cụ thể của doanh nghiệp, ví dụ như nghiên cứu thị trường, phát triển sản phẩm, tái cơ cấu lại một số công ty con trực thuộc; đánh giá hoạt động tài chính kế toán của một số công ty con… Nhà trường có thể thành lập các nhóm nghiên cứu để giải quyết các vấn đề được đặt hàng, có thể phát triển thành các đề tài cấp Bộ, cấp cơ sở; có thể tổ chức thực hiện thông qua các cuộc thi cho sinh viên...

3.2.3. Trường đại học phát triển mạng lưới cựu sinh viên học viên

Như đã nhắc đến ở trên, đội ngũ cựu sinh viên cựu học viên ngày càng lớn mạnh của các cơ sở GDĐH chính là cầu nối hiệu quả giữa nhà trường và doanh nghiệp. Các hoạt động của hội cựu sinh viên khi được khuyến khích phát triển, trong đó có kết nối networking, phát triển sản xuất kinh doanh và mạng lưới đối tác,… mà các thành viên có điểm chung là trưởng thành từ một cơ sở GDĐH, thì sẽ có xu hướng quay lại gắn bó với các hoạt động của nhà trường đó. Đây chính là nguồn hợp tác doanh nghiệp lâu bền và ngày càng mở rộng theo thời gian.

Một số hoạt động hợp tác tiêu biểu từ hội cựu sinh viên bao gồm: tham gia tổ chức các sự kiện của nhà trường; tham gia góp ý vào các chương trình đào tạo, ký kết các thỏa

thuận nhận sinh viên thực tập, tổ chức hội chợ việc làm,… và cao hơn nữa là các doanh nghiệp liên quan có thể tiếp nhận các giảng viên có năng lực của trường về một số doanh nghiệp, tổng công ty làm lãnh đạo doanh nghiệp (ví dụ ở vị trí Phó Tổng Giám đốc). Các cựu sinh viên có thể đóng góp những nguồn lực lớn để xây dựng cơ sở vật chất, trang thiết bị của nhà trường, tham gia giảng dạy ngắn hạn, tạo lập các quỹ học bổng cho các thế hệ sinh viên tiếp theo… mang lại các hiệu quả thiết thực.

3.2.4. Trường đại học phối hợp với doanh nghiệp trong đào tạo, trong xây dựng và sửa đổi chương trình đào tạo

Để phát triển các chương trình đào tạo (CTĐT) tiên tiến cập nhật, đảm bảo tiêu chuẩn để giúp nguồn nhân lực hội nhập ASEAN, Cộng đồng AEC và các chuẩn mực quốc tế, trường đại học cần tiếp cận chuẩn năng lực của doanh nghiệp, yêu cầu sự hỗ trợ của các hiệp hội chứng chỉ hành nghề quốc tế… để xây dựng các chương trình mới phù hợp nhu cầu của xã hội với các chuẩn đầu ra tương ứng cho các CTĐT. Một số ví dụ về các CTĐT mới được xây dựng tại Trường ĐH Ngoại thương: (1) CTĐT Kế toán - Kiểm toán định hướng nghề nghiệp ACCA (cơ hội nhận bằng của ĐHNT, bằng của ĐH Oxford Brookes - Vương Quốc Anh, và nhận Chứng chỉ cao cấp về Kinh doanh và Kế toán của Hiệp hội Kế toán Công chứng Anh Quốc - ACCA); (2) CTĐT Kinh doanh quốc tế theo mô hình tiên tiến của Nhật Bản với sự hỗ trợ từ JICA.

Các trường cũng cần giữ mối quan hệ thường xuyên với doanh nghiệp và người sử dụng lao động và cựu sinh viên để nhận các phản hồi về CTĐT, kịp thời chỉnh sửa hoàn thiện chương trình nhằm theo kịp, thậm chí định hướng cho sự phát triển của nền kinh tế - xã hội.

Bên cạnh đó, các cơ sở GDĐH cần tiếp tục duy trì và phát triển các hình thức hợp tác truyền thống khác với các doanh nghiệp, ví dụ như Tọa đàm với chuyên gia. Đây là hình thức mời các chuyên gia trong lĩnh vực của các môn học yêu cầu tính thực tiễn cao đến tọa đàm, trao đổi với sinh viên về những tình huống, những vấn đề thực tế gặp phải theo nội dung cụ thể của môn học. Các chuyên gia được mời là lãnh đạo các doanh nghiệp và chuyên viên cao cấp tại các cơ quan quản lý nhà nước liên quan. Hình thức tọa đàm này sẽ khuyến khích trao đổi thảo luận giữa sinh viên với diễn giả, đồng thời khơi nguồn cho những ý tưởng đề tài nghiên cứu khoa học dựa trên những đòi hỏi cấp thiết từ thực tế.

3.2.5. Trường đại học phối hợp với doanh nghiệp trong định hướng nghề nghiệp, tăng cường tính thực tiễn

Hoạt động hướng nghiệp hiện nay cũng được nhiều cơ sở GDĐH quan tâm. Thông qua buổi tọa đàm trao đổi giữa doanh nghiệp với sinh viên, các hội chợ, triển lãm việc làm

của doanh nghiệp, sinh viên sẽ hiểu rõ hơn lĩnh vực hoạt động và cách thức hoạt động của các doanh nghiệp, đặc biệt hoạt động hướng nghiệp mang lại cơ hội nghề nghiệp cho các bạn sinh viên năm sắp tốt nghiệp tại các doanh nghiệp này. Lãnh đạo các doanh nghiệp có thể đưa ra những lời khuyên thiết thực dành cho sinh viên thông qua việc chia sẻ kinh nghiệm phát triển của bản thân và doanh nghiệp; đồng thời có thể phỏng vấn trực tiếp sinh viên để tuyển dụng hoặc tạo cơ hội thực tập.

Nhà trường và doanh nghiệp có thể ký kết các thỏa thuận hợp tác về tạo việc làm bán thời gian (part-time) cho sinh viên, mở ra các cơ hội thực tập, thực hành nghề nghiệp, tham gia đào tạo coaching tiền tuyển dụng của doanh nghiệp, ví dụ hiện nay các ngân hàng có chương trình đào tạo "Future Bankers". Các cơ sở GDĐH có thể xây dựng các trang vàng về các tổ chức doanh nghiệp đã và đang liên kết hợp tác với nhà trường để phục vụ kết nối tốt hơn cho các hoạt động liên kết giữa giảng viên và sinh viên trong trường với doanh nghiệp.

Kiến tập, thực tập là những học phần bắt buộc hiện nay đối với nhiều CTĐT đại học. Một số học phần trong CTĐT có thể yêu cầu sinh viên phải tham gia đi thực tế tại doanh nghiệp, từ đó được học hỏi, chứng kiến các hoạt động thực tiễn, cơ sở vật chất, dây chuyền hoạt động cũng như quy mô, cách thức quản trị của doanh nghiệp. Tuy nhiên, hình thức kiến tập, thực tập này đôi khi lại mang nặng tính hình thức, chưa thực sự hiệu quả. Các cơ sở GDĐH cần chủ động hơn nữa trong việc tiếp cận với doanh nghiệp thông qua các phòng ban chức năng chuyên trách để vừa hỗ trợ doanh nghiệp tìm được nguồn nhân lực tương lai phù hợp, vừa giúp sinh viên lựa chọn được nơi kiến tập, thực tập thuận lợi và hiệu quả nhất, phù hợp với chuyên ngành đào tạo.

3.2.6. Trường đại học phối hợp với doanh nghiệp tổ chức các hoạt động định kỳ khác

Các cơ sở GDĐH có thể tổ chức nhiều hoạt động định kỳ khác cùng với sự hợp tác với doanh nghiệp như lập quỹ và trao học bổng định kỳ cho sinh viên xuất sắc, sinh viên hoàn cảnh khó khăn vươn lên học giỏi, tổ chức các sự kiện của doanh nghiệp và nhà trường, đào tạo tiền tuyển dụng kết hợp giới thiệu sản phẩm của doanh nghiệp một cách phù hợp, tổ chức và trao phần thưởng trong các cuộc thi đa dạng cho sinh viên...

Có nhiều cuộc thi dành cho sinh viên luôn có sự đồng hành thường xuyên của các doanh nghiệp một cách hiệu quả và ngày càng phát triển bền vững. Nhiều cuộc thi đã nổi tiếng trên toàn quốc và khu vực, chứ không chỉ thuộc phạm vi một trường hay một địa bàn trong nước. Các cuộc thi gần đây trong lĩnh vực kinh tế và quản trị kinh doanh có sự đồng hành hỗ trợ tích cực của doanh nghiệp có thể kể đến là: Mekong Business Challenge, Khởi nghiệp cùng Kawai, Wilmar CLV Awards, IP Challenge, Dynamics, FBA Innovation

Challenge, Bản lĩnh Marketer, I-Invest… Đây là những cuộc thi nhưng thực chất là tạo môi trường để sinh viên va chạm thực tế và các giới cùng tham gia đóng góp nguồn lực vào sự nghiệp giáo dục. Đặc biệt là trong xu thế hiện nay, khi quá trình đào tạo thực tiễn cho sinh viên đang ngày càng được coi trọng thì những mô hình tương tự rất cần được nhân rộng, tạo nên xu hướng đào tạo mới. Lợi ích của sinh viên là được thực hành, làm quen với thực tiễn kinh doanh; còn các doanh nghiệp có thể tận dụng được tri thức và cái nhìn mới của những người trẻ vào hoạt động của công ty mình nếu biết phát huy khả năng tối đa của họ; các chuyên gia, các nhà tư vấn cũng dễ tiếp cận hơn với lớp sinh viên mới năng động, cùng tham gia với các cơ sở GDĐH trong quá trình bồi dưỡng các thế hệ nhân tài mới.

4. Kết luận

Không ngừng nâng cao chất lượng đào tạo, đáp ứng nhu cầu về nguồn nhân lực cho doanh nghiệp nói riêng và nền kinh tế - xã hội nói chung là nhiệm vụ quan trọng hàng đầu của bất kỳ cơ sở GDĐH nào. Việc xây dựng và phát triển bền vững mối quan hệ hợp tác giữa nhà trường và doanh nghiệp là một trong những hướng đi tất yếu, khách quan mà nhà trường phải thực hiện để hoàn thành nhiệm vụ đó. Tuy nhiên, thực tế cho thấy nhiều doanh nghiệp và cơ sở GDĐH đã ký kết không ít các biên bản ghi nhớ hợp tác (MOU), nhưng không nhiều MOU trong số đó đã biến thành hiện thực, hoặc nếu có chỉ là các hoạt động hợp tác rời rạc, thiếu tính đồng bộ và sự chủ động. Chính vì vậy, nhóm tác giả hệ thống hóa các mô hình và hình thức hợp tác đa dạng và hiệu quả giữa các trường đại học và doanh nghiệp, phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến sự thành công của mối quan hệ hợp tác này, từ đó đề xuất một số hướng đi để nâng cao hiệu quả mối quan hệ liên kết hợp tác giữa nhà trường và doanh nghiệp nhằm đem lại lợi ích cho các bên liên quan.

Căn cứ vào đặc điểm, năng lực và lĩnh vực đào tạo của từng cơ sở GDĐH, nhà trường cần chủ động tăng cường khảo sát nhu cầu về nguồn nhân lực của doanh nghiệp bằng nhiều kênh thông tin khác nhau để hiểu rõ khả năng đáp ứng của nhà trường, từ đó dự báo thị trường lao động, nhu cầu nhân sự, xu hướng đầu tư,… nhằm xây dựng chiến lược hợp tác, mô hình hay hình thức hợp tác hiệu quả. Cuối cùng, nhóm tác giả nhấn mạnh vào việc hoàn thiện hệ thống quản trị đại học chất lượng và hiệu quả tại các cơ sở GDĐH, trên cơ sở đó tăng cường tính chuyên nghiệp của bộ phận chuyên trách về hợp tác của các bên, qua đó xây dựng chiến lược, chương trình hợp tác liên kết và tổ chức thực hiện hoạt động hợp tác liên kết đó, đồng thời thường xuyên rà soát, kiểm soát tiến độ và chất lượng các hoạt động để có giải pháp điều chỉnh hoặc hoàn thiện kịp thời và hiệu quả.

Tài liệu tham khảo

1. Carayol, N. (2003), "Objectives, Agreements and Matching in Science–Industry Collaborations: Reassembling the Pieces of the Puzzle", *Research Policy* 32(6), 887-908.
2. Đảng Cộng sản Việt Nam, *Báo cáo chính trị của Ban Chấp hành Trung ương Đảng tại Đại hội Đảng khóa X*.
3. Đảng Cộng sản Việt Nam, *Văn kiện Đại hội Đảng toàn quốc lần thứ VIII*.
4. Dooley, L. and Kirk, D. (2007), "University-Industry Collaboration Grafting the Entrepreneurial Paradigm onto Academic Structures", *European Journal of Innovation Management* 10(3), 316-332.
5. European Commission (2006), *Public consultation on transnational research cooperation and knowledge transfer between public research organisations and industry*, Brussels.
6. European Institute of Innovation and Technology, European Commission (2009), "*30 good practice case studies in University – Business cooperation, Part of the DG Education and Culture Study on the cooperation between Higher Education Institutions and public and private organizations in Europe"*, Science marketing, Science - to - Business Marketing Research Center, Germany.
7. Gibb, A. and Hannon, P. (2006), "Towards the Entrepreneurial University", *International Journal of Entrepreneurship Education* (4), 73-110.
8. Gibb, A., Haskins, G. and Robertson, I. (2009), *Leading the entrepreneurial university - Meeting the entrepreneurial development needs of higher education institutions*, National Council for Graduate Entrepreneurship and University of Oxford.
9. Phạm Thị Ly (2016), *Về quan hệ hợp tác giữa nhà trường và doanh nghiệp*, http://www.lypham.net/?p=745, truy cập ngày 4/4/2017.
10. Quốc hội nước CHXHCN Việt Nam (2005), *Luật Giáo dục số 38/2005/QH11*
11. Quốc hội nước CHXHCN Việt Nam (2012), *Luật Giáo dục Đại học 2012*
12. Razvan, Z. and Dainora, G. (2009), "Challenges and opportunities faced by entrepreneurial university- some lessons from Romania and Lithuania", *Annals of Faculty of Economics* 4(1), 874-876.
13. Thủ tướng Chính phủ Việt Nam (2012), *Chiến lược phát triển giáo dục 2011- 2020*.