Mã số: 385

Ngày nhận: 14/5/2017
Ngày gửi phản biện lần 1: /2017
Ngày gửi phản biện lần 2:

Ngày hoàn thành biên tập:

Ngày duyệt đăng:

CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG TỚI QUYẾT ĐỊNH HỢP TÁC CỦA DOANH NGHIỆP VỚI CSII TRƯỜNG ĐẠI HỌC NGOẠI THƯƠNG TPHCM

Nguyễn Thị Huyền Trân[1]

Hà Hiền Minh[2]

Trần Hải Phú[3]

Tóm tắt: *Hợp tác giữa nhà trường và doanh nghiệp là xu hướng tất yếu giúp các trường đại học nâng cao chất lượng đào tạo, gắn lý thuyết với thực tiễn và đáp ứng tốt hơn nhu cầu của doanh nghiệp về nguồn nhân lực, nguồn tri thức và cải tiến công nghệ. Hoạt động này đồng thời góp phần giúp doanh nghiệp nâng cao năng và duy trì lợi thế cạnh tranh nhờ tiếp cận được nguồn nhân lực, tiếp nhận và ứng dụng kết quả nghiên cứu mới nhất vào thực tiễn sản xuất, kinh doanh. Tuy nhiên tại Cơ sở II hoạt động này còn nhiều bất cập, mang tính manh mún, nhỏ lẻ. Nghiên cứu đã thực hiện việc khảo sát doanh nghiệp và sinh viên nhằm xác định các nhân tố ảnh hưởng tới hoạt động hợp tác giữa Cơ sở II với các doanh nghiệp, từ đó đề xuất một số gợi ý nhằm tăng cường hoạt động này trong tương lai. Bài báo sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính với phần mềm FsQCA 2.0 để làm rõ vai trò của các nhân tố từ góc nhìn của doanh nghiệp.*

Từ khóa: *Hợp tác, Nhà trường, Doanh nghiệp*

Abstract: *The cooperation between universities and businesses is an indispensable trend to improve the quality of training, combine theories to practice and better adapt to the enterprises' need of human resources, knowledge and technology improvements. This activity also contributes to the enhancement and maintenance of enterprises' competitive advantages by accessing human resources,*

[1] Bộ môn Nghiệp vụ - Cơ sở II tại Tp.HCM, Email: nguyenthihuyentran.cs2@ftu.edu.vn
[2] Bộ môn Nghiệp vụ - Cơ sở II tại Tp.HCM, Email: hahienminh.cs2@ftu.edu.vn
[3] Ban CTCT&SV - Cơ sở II tại Tp.HCM, Email: tranhaiphu.cs2@ftu.edu.vn

receiving and applying the latest research results into production and business. However, at Faculty II of Foreign Trade University, the cooperation are still fragmented and small and faces many shortcomings. The study conducted a survey of firms and students in order to identify the factors that influence the cooperation between Faculty II and businesses, after that giving some suggestions for enhancing this activity in the future. This article used qualitative analysis with FsQCA 2.0 software to clarify the role of factors from the enterprise perspective.

Keywords: *cooperation, university, business*

1. Đặt vấn đề

Việc hợp tác nhà trường - doanh nghiệp mang lại những lợi ích không nhỏ cho các bên liên quan như doanh nghiệp - trường đại học và sinh viên bởi sinh viên sau khi rời ghế nhà trường sẽ phục vụ cho các doanh nghiệp. Tăng cường mối quan hệ hợp tác sẽ giúp duy trì các ngành nghề quan trọng có giá trị cao trong xã hội, tạo nên những liên minh kinh tế bền vững, hình thành nên những khu vực kinh tế vững mạnh, thúc đẩy tinh thần doanh nghiệp trong xã hội, góp phần phát triển nền kinh tế chung đồng thời phát triển một xã hội tri thức (Edmondson, Valigra, Kenward, Hudson, & eld, 2012). Tuy nhiên, trên thực tế, không phải lúc nào và nơi nào doanh nghiệp và trường đại học cũng hợp tác với nhau, và nếu có thì không phải lúc nào mối quan hệ này cũng lâu dài và bền vững. Theo nhóm tác giả mối quan hệ hợp tác này có khả năng bị chi phối bởi nhiều yếu tố khác nhau, trong đó lợi ích hợp tác có được cho cả hai phía có vai trò đặc biệt quan trọng. Hiểu được quan điểm của doanh nghiệp về hoạt động hợp tác và những yếu tố nào chi phối hoạt động này sẽ giúp tìm ra giải pháp đẩy mạnh hoạt động hợp tác để mang lại các lợi ích lâu dài, bền vững cho các bên.

Trường Đại học Ngoại thương Cơ sở II tại TPHCM hiện đang đào tạo 4 chuyên ngành: Kinh tế đối ngoại, Quản trị kinh doanh quốc tế, Tài chính Ngân hàng và Kế toán kiểm toán với quy mô 3.600 sinh viên (Ban Quản lý Đào tạo, 2017). Thực hiện chủ trương tăng cường phối hợp hợp tác giữa Cơ sở II và doanh nghiệp, trong những năm qua Cơ sở II cũng triển khai các công tác này. Các hình thức hợp tác chủ yếu của doanh nghiệp cho sinh viên Cơ sở II chủ yếu dưới các dạng như tài trợ học bổng, tài trợ các hoạt động của sinh viên bao gồm các cuộc thi học thuật và ngày hội việc làm, tham gia làm giám khảo các cuộc thi, báo cáo viên chuyên môn cho giảng viên, sinh viên. Từ số liệu Bảng 1 có thể thấy, về quy mô hợp tác, việc hợp tác có sự tăng trưởng cả về số lượng lẫn chiều sâu khi các doanh nghiệp mong muốn thiết lập mối quan hệ lâu dài với Cơ sở II nhằm mang lại các lợi ích cho sinh viên và doanh nghiệp.

Bảng 1. Tổng kết hình thức hợp tác giữa Cơ sở II và doanh nghiệp giai đoạn 2014-2016

STT	Hình thức hợp tác	ĐVT	2014	2015	2016
1	Đăng tin tuyển dụng, tổ chức chương trình hướng nghiệp/cuộc	Lượt	40	47	21

	thi cho sinh viên				
2	Nhận sinh viên thực tập*	DN	15	11	17
3	Trao học bổng cho sinh viên giỏi, sinh viên có hoàn cảnh khó khăn	Triệu	112	241	122
4	Tài trợ các hoạt động của sinh viên *(bao gồm ngày hội việc làm)*	Triệu	177	380	362
5	Tham gia làm báo cáo viên cho sinh viên, giảng viên	Lượt-người	28	55	60
6	Tổ chức cho sinh viên tham quan doanh nghiệp	Lượt-sinh viên	250	310	450

Nguồn: Tổng hợp từ số liệu của Ban CTCTSV, Ban ĐTQT và các bộ môn

(*) Số lượng doanh nghiệp chính thức đề xuất tiếp nhận sinh viên thực tập thông qua trường, không bao gồm các DN nhận sinh viên từ các mối quan hệ cá nhân.

Về hình thức hợp tác: hiện nay các hình thức chủ yếu vẫn chỉ là tài trợ học bổng, tài trợ cho các hoạt động của sinh viên trong đó có hoạt động ngày hội việc làm để sinh viên nghe giới thiệu về doanh nghiệp và tuyển dụng sinh viên, cung cấp thông tin tuyển dụng để Cơ sở II truyền thông tới sinh viên, tổ chức các ngày hội định hướng việc làm và tham gia báo cáo viên về chuyên môn cho các hoạt động học thuật của sinh viên, giảng viên cũng như tiếp nhận sinh viên đến tham quan doanh nghiệp. Phổ biến nhất hiện nay là hợp tác theo tình huống khi các doanh nghiệp có nhu cầu thì gửi các thông tin đề xuất Cơ sở II hỗ trợ trong việc triển khai các hoạt động như đăng thông tin tuyển dụng, tiếp nhận sinh viên thực tập hoặc trao học bổng cho sinh viên có thành tích tốt trong học tập và hoàn cảnh khó khăn (Ban CTCT&SV, 2017). Ngược lại, khi Cơ sở II có nhu cầu thì sẽ liên hệ các doanh nghiệp để nhờ hỗ trợ trong việc tổ chức cho sinh viên tham quan doanh nghiệp, cử báo cáo viên đến báo cáo về chuyên môn cho giảng viên và sinh viên. Nhiều báo cáo viên và giảng viên liên hệ với nhau qua các kênh và mối quan hệ cá nhân mà không phải là hoạt động hợp tác trong khuôn khổ các thỏa thuận hợp tác giữa hai bên. Căn cứ vào phân loại cấp độ hợp tác của Sharifah Hapsah Shahabudin (2009) những hoạt động này tuy mang tính thường niên nhưng không mang tính chiến lược và mới đang ở cấp độ hỗ trợ chưa đầy đủ bởi các doanh nghiệp chưa thực sự tham gia vào hoạt động cùng xây dựng chương trình. Do vậy, việc nghiên cứu các nhân tố tác động đến quyết định lựa chọn Cơ sở II để hợp tác của các doanh nghiệp sẽ giúp nhóm tác giả đề xuất Nhà trường các giải pháp nhằm tăng cường hoạt động hợp tác này trong giai đoạn tới.

2. Khung nghiên cứu

Hợp tác doanh nghiệp - Nhà trường đã và đang trở thành chủ đề quan trọng trong các hội thảo cũng như được các nhà nghiên cứu ở nhiều nước trên thế giới phân tích đánh giá. Hoạt động hợp tác này mang lại lợi ích cho các bên liên quan: nhà trường - doanh nghiệp- sinh viên qua các hoạt động gắn kết lý thuyết và thực tiễn, chuyển giao

tri thức và công nghệ, các hoạt động tài trợ nghiên cứu, trao tặng học bổng cũng như việc các lãnh đạo doanh nghiệp tham gia vào các hoạt động đào tạo của Nhà trường.

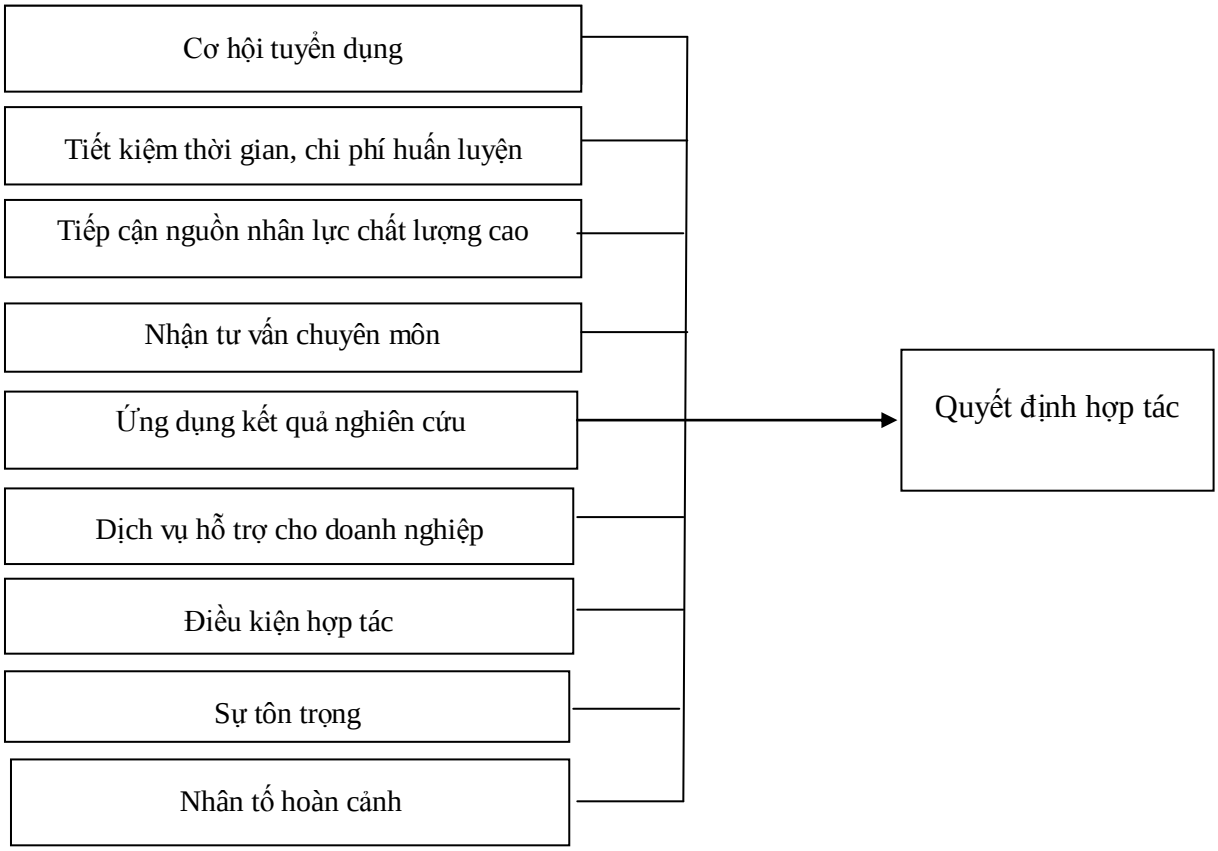
Đứng ở góc độ doanh nghiệp, việc hợp tác có thể giúp doanh nghiệp tiếp cận những kết quả nghiên cứu hiện đại nhất, cập nhật nhất, hiện đại nhất một cách nhanh nhất vì doanh nghiệp có thể đóng 1 vai trò quan trọng trong quá trình nghiên cứu đó. Mặt khác, một trong những ích lợi mà các doanh nghiệp có thể tận dụng được rất hiệu quả là thông qua việc hợp tác này, doanh nghiệp có thể tiếp xúc trực tiếp với rất nhiều sinh viên, có điều kiện để theo dõi, đánh giá tác phong làm việc cũng như kiến thức và năng lực của sinh viên một cách chính xác nhất, để từ đó có hướng tuyển dụng cũng như lựa chọn người phù hợp về làm việc cho doanh nghiệp một cách dễ dàng nhất.

Đứng dưới góc độ nhà trường, việc hợp tác với doanh nghiệp mang lại lợi ích quan trọng đầu tiên là nguồn tài trợ cho các hoạt động nghiên cứu và phát triển nhờ việc mở rộng mối quan hệ với các đối tác có uy tín, bên cạnh đó các sản phẩm nghiên cứu của cũng tìm được đầu ra dễ dàng hơn. Bên cạnh đó là việc nâng cao uy tín và thương hiệu của trường, nâng cao chất lượng đầu ra, giúp sinh viên có thể tìm được việc làm sau khi tốt nghiệp nhờ việc duy trì mối quan hệ đã thiết lập ngay từ khi còn ngồi trên ghế nhà trường. Ngoài ra việc hợp tác của nhà trường cũng mang lại rất nhiều lợi ích cho sinh viên không chỉ sau khi tốt nghiệp mà ngay trong quá trình học tập tại trường. Cụ thể, sinh viên có cơ hội tiếp cận với những vấn đề thực tiễn, giải quyết chúng thông qua lý thuyết đã được học, tìm được các đề tài tốt nghiệp, phát triển thêm kỹ năng mềm và đặc biệt là tăng thêm thu nhập cho bản thân.

Trong khi có nhiều bài nghiên cứu chỉ ra nhóm nhân tố lợi ích có vai trò đặc biệt quan trọng thì trong bài báo cáo nghiên cứu về "Hợp tác giữa trường đại học và doanh nghiệp ở Mỹ" các nhà nghiên cứu đã chỉ ra rằng sự hợp tác này chịu sự ảnh hưởng của một số yếu tố như điều kiện hợp tác phù hợp với quan điểm và điều kiện của các bên. Mối quan hệ doanh nghiệp-nhà trường có thể được tăng cường nhờ việc tập trung vào các chiến lược, cấu trúc và phương pháp tiếp cận, cách thức tổ chức hoạt động và các điều kiện thiết yếu một cách phù hợp trong đó sự tôn trọng lẫn nhau trong quá trình hợp tác là một trong những điều kiện giúp cho việc hợp tác có được hiệu quả và tính bền vững. Trong phát triển hợp tác với giữa nhà trường và doanh nghiệp cần quan tâm đến đặc điểm của đối tác (trường đại học hoặc doanh nghiệp) và một yếu tố khá đặc biệt là khoảng cách địa lý giữa hai bên. Khoảng cách địa lớn cũng dễ dẫn đến hạn chế trong việc trao đổi thông tin, tạo nên sự gắn kết, hiểu biết và sự tin cậy, từ đó ảnh hưởng đến cơ hội hợp tác hay nói cách khác là nhân tố hoàn cảnh.

Tùy thuộc vào các hình thức hợp tác, đặc điểm của từng ngành đào tạo, định hướng của nhà trường và doanh nghiệp mà những nhân tố này sẽ có vai trò khác nhau trong việc mang đến kết quả cũng như hiệu quả cho mối quan hệ hợp tác giữa nhà trường và doanh nghiệp. Từ những phân tích ở trên nhóm tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng tới quyết định hợp tác giữa Nhà trường và Doanh nghiệp như Hình 1 dưới đây.

Hình 1. Mô hình các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định hợp tác với trường đại học của các doanh nghiệp



Nguồn: Tổng hợp của nhóm tác giả, 2017

3. Phương pháp nghiên cứu

Dựa vào mô hình đề xuất, nhóm tác giả xây dựng bảng hỏi để khảo sát các nhân tố ảnh hưởng tới quyết định hợp tác của doanh nghiệp (phụ lục 1) với thang likert từ 1->7 với 1 là rất không đồng ý và 7 là hoàn toàn đồng ý.

Số liệu khảo sát sẽ được xử lý bằng phương pháp FsQCA của các tác giả Ragin (2008), Leischnig, Henneberg, và Thornton (2014) để làm rõ vai trò của các nhân tố ảnh hưởng tới hợp tác giữa Cơ sở II và doanh nghiệp. Nhóm tác giả sử dụng lý thuyết dựa trên bộ tập mờ (Fuzzy set) nhằm phân tích các mối quan hệ giữa các nhân tố và thuật toán Truth Table để đánh giá sự tác động của các nhân tố đến hoạt động hợp tác giữa Cơ sở II và doanh nghiệp. Phương pháp này cho phép phân tích chi tiết về các điều kiện nguyên nhân dẫn đến kết quả cùng với các chỉ số về độ tin cậy, mức ý nghĩa thực tiễn, tỷ lệ giải thích,...

Về thuật toán Truth Table, đây là một công cụ phân tích hữu hiệu của fsQCA để đánh giá sự tác động của các nhân tố đến một kết quả/hiện tượng nghiên cứu. Sau khi chuyển đổi bộ dữ liệu của thang đo ban đầu thành thang điểm quy ước của fsQCA bằng hàm Calibrate, thuật toán Truth Table sẽ được chạy để lấy cơ sở cho những phân tích cốt yếu của bài nghiên cứu. Truth Table là một ma trận dữ liệu bao gồm 2k hàng với k là số nhân tố của mô hình. Mỗi hàng của Truth Table thể hiện một cách kết hợp

khác nhau của các nhân tố. Để thực hiện phân tích tiếp theo, được gọi là phân tích tập mờ, Truth Table cần được lọc lại thông qua 2 tiêu chí: tần suất (frequency) và hệ số nhất quán (consistency) (Ragin, 2008). Tần suất biểu thị số lần xuất hiện của nhân tố ở các hàng của Truth Table đối với bộ dữ liệu nghiên cứu. Các nhà nghiên cứu cho rằng: với mẫu nghiên cứu cỡ nhỏ hay trung bình (n < 200), ngưỡng tần suất thích hợp là 1 hoặc 2; với mẫu nghiên cứu cỡ lớn (n > 200), điều kiện này cần được đặt cao hơn (Leischnig, Henneberg, và Thornton, 2014). Hệ số nhất quán biểu hiện mức độ phù hợp của các phương án kết hợp mà thuật toán đưa ra đối với kết quả/hiện tượng cần nghiên cứu (Ragin, 2008). Khi phân tích điều kiện xảy ra của một hiện tượng, ngưỡng của hệ số nhất quán cần tối thiểu lớn hơn 0,8 và tốt nhất là lớn hơn 0,9 (Ragin, 2008; Leischnig, Henneberg, và Thornton, 2014). Sau khi lọc Truth Table và chạy thuật toán phân tích cơ bản, các phương án cho bài nghiên cứu sẽ được xuất ra. Mỗi phương án là một cách kết hợp các nhân tố đầu vào để thỏa mãn kết quả đầu ra. Các phương án được xuất ra kèm theo hệ số nhất quán và tỷ lệ giải thích hay độ phủ thuần (raw coverage). Trong đó, độ phủ thuần (coverage) cho thấy mức độ giải thích của phương án đối với kết quả/hiện tượng nghiên cứu, biểu thị tầm quan trọng thực tiễn của mỗi phương án (Ragin, 2008). Hệ số tỷ lệ phải đạt mức tối thiểu là 0,4 thì các phương án đưa ra mới có độ tin cậy và được chấp nhận (Emmenegger, 2011). Từ những chỉ số này, các phân tích sẽ được tiến hành để đưa ra kết luận về tác động của các nhân tố đến kết quả/hiện tượng nghiên cứu và đánh giá mức độ quan trọng của từng nhân tố trong mô hình.

4. Kết quả nghiên cứu

Trong thời gian từ ngày 10 tháng 2 năm 2017 đến hết ngày 28 tháng 3 năm 2017 nhóm tác giả đã khảo sát các doanh nghiệp bằng hình thức gửi bảng khảo sát qua googledocs, qua email và bưu điện. Phương pháp lựa chọn mẫu là phương pháp thuận tiện. Kết quả thu được 62 phản hồi, trong đó có 23 phiếu khảo sát hợp lệ từ các doanh nghiệp đã và đang hợp tác với Cơ sở 2, kết quả này hoàn toàn phù hợp với việc sử dụng phần mềm phân tích FsQCA. Kết quả phân tích đánh giá của các doanh nghiệp đã và đang hợp tác với Cơ sở II được thể trình bày trong Bảng 2.

Bảng 2. Các nhân tố tác động đến việc hợp tác của các doanh nghiệp với Cơ sở II theo quan điểm của các doanh nghiệp

Nhân tố	**Khả năng 1**	**Khả năng 2**	**Khả năng 3**
Dễ dàng tuyển dụng	O	O	X
Tiết kiệm thời gian, chi phí huấn luyện	O	X	X
Ý tưởng mới, sáng tạo	O	O	X
Vấn đề nguồn nhân lực	X	O	X
Vấn đề tư vấn chuyên môn	O	O	X

Ứng dụng kết quả nghiên cứu	O	O	X
Dịch vụ hỗ trợ cho doanh nghiệp	O	O	X
Điều kiện hợp tác	X	X	X
Sự tôn trọng	X	X	X
Nhân tố hoàn cảnh	X	X	X
Độ phủ thuần	0.297	0,242	0,484
Độ phủ riêng	0,085	0,029	0,301
Hệ số nhất quán thuần	1,000	0,973	1,000
Độ phủ của giải pháp	0,637		
Hệ số nhất quán của giải pháp	0,990		

Nguồn: Kết quả khảo sát của nhóm tác giả, 2017

X: cho biết có sự tồn tại của nhân tố

O: cho biết sự không tồn tại của nhân tố

Từ kết quả xử lý bằng phần mềm FsQCA cho thấy, trong tất cả các nhân tố: nhóm nhân tố liên quan tới lợi ích cho doanh nghiệp (dễ dàng tuyển dụng; tiết kiệm thời gian và chi phí huấn luyện; Ý tưởng mới sáng tạo; Vấn đề nguồn nhân lực; Vấn đề tư vấn chuyên môn; Ứng dụng kết quả nghiên cứuvà Dịch vụ hỗ trợ cho doanh nghiệp), điều kiện thuận lợi để hợp tác, sự tôn trọng lẫn nhau và nhân tố hoàn cảnh thì các doanh nghiệp đã và đang hợp tác với Cơ sở II cho rằng lý do chính để họ hợp tác với Cơ sở II là phải thoả mãn tất cả các yếu tố trên. Tuy nhiên, trong cả 3 khả năng trên thì khả năng thứ nhất và thứ 2 không có ý nghĩa vì có độ bao phủ thuần rất nhỏ (< 0,4, tức khả năng kết hợp những nhân tố tồn tại trong khả năng này quyết định chưa đến 40% lý do tại sao các doanh nghiệp hợp tác với Cơ sở II). Dó đó, chỉ có khả năng thứ 3, với độ bao phủ 0,484 (48,4%) với độ nhất quán 100%, cho biết có đến 100% các doanh nghiệp được khảo sát cho rằng lý do làm cho các doanh nghiệp hợp tác với Cơ sở II là bởi những yếu tố trong khả năng 3 này. Tuy nhiên, tỷ lệ 48,4% không phải là một tỷ lệ cao, do đó, thực tế ngoài những nguyên nhân nói trên thì còn nhiều lý do khác nữa ảnh hưởng đến khả năng hợp tác của doanh nghiệp và Cơ sở II.

Từ Bảng 2 có thể thấy, khả năng 3 cho thấy các doanh nghiệp nhận thức được những lợi ích khi hợp tác với Cơ sở II, đó là hợp tác với Cơ sở II sẽ giúp các doanh nghiệp dễ dàng tuyển dụng đuợc nhân viên ưu tú ngay khi còn ngồi trên ghế nhà truờng; Tiết kiệm đuợc thời gian và chi phí huấn luyện, đào tạo nhân viên mới, dễ dàng có được những ý tưởng mới, sáng tạo, táo bạo; Lợi ích về nguồn nhân lực; Vấn đề về tư vấn chuyên môn; Vấn đề về ứng ứng dụng kết quả nghiên cứu và việc Cơ sở II cung cấp dịch vụ hỗ trợ cho doanh nghiệp chưa bao giờ là vấn đề các doanh nghiệp

lưu tâm nhiều khi quyết định hợp tác. Tuy nhiên, trong các lợi ích trên thì lợi ích về Tiết kiệm được thời gian và chi phí huấn luyện, đào tạo nhân viên mới và Lợi ích về nguồn nhân lực được quan tâm nhiều hơn các lợi ích khác (theo khả năng thứ nhất và thứ hai). Và tầm quan trọng của các lợi ích này được thể hiện trong Bảng .

Bảng 3. Những lợi ích hợp tác được các doanh nghiệp quan tâm

Lợi ích	Điểm trung bình	Mức độ quan trọng
Vấn đề nguồn nhân lực	5.37	1
Tiết kiệm được thời gian và chi phí huấn luyện, đào tạo nhân viên mới	4.90	2
Ý tưởng mới, sáng tạo, táo bạo	4.77	3
Dễ dàng tuyển dụng được nhân viên ưu tú ngay khi còn ngồi trên ghế nhà trường	4.70	4
Vấn đề về ứng ứng dụng kết quả nghiên cứu	3.80	5
Vấn đề về tư vấn chuyên môn	3.60	6
Cơ sở II cung cấp dịch vụ hỗ trợ cho doanh nghiệp	3.53	7

Nguồn: Kết quả xử lý số liệu của nhóm tác giả, 2017

Đánh giá của các doanh nghiệp chưa hợp tác với Cơ sở II

Trong số các doanh nghiệp được khảo sát, có 39 Doanh nghiệp không hoặc chưa từng hợp tác với Cơ sở II. Lý do các doanh nghiệp này chưa hoặc không hợp tác với Cơ sở II được thể hiện trong Bảng 4.

Bảng 4. Lý do các doanh nghiệp chưa hoặc không hợp tác với Cơ sở II

Yếu tố	Không đồng ý	Không ý kiến	Đồng ý
Doanh nghiệp cho rằng những nghiên cứu của Cơ sở II quá thiên về lý thuyết, nặng về hình thức, không phù hợp với nhu cầu doanh nghiệp	58,33%	20,83%	20,83%
Doanh nghiệp không thấy được (cảm nhận được) lợi ích khi hợp tác với Cơ sở II	45,83%	25,00%	29,17%
Doanh nghiệp chưa biết nhiều về các hoạt động của Cơ sở II do thông tin về các hoạt động của Cơ sở II không được quảng bá rộng rãi	33,33%	8,33%	**58,33%**
Doanh nghiệp cho rằng kiến thức của sinh viên hay chương trình đào tạo của Cơ sở II là không phù hợp với doanh nghiệp	66,67%	25,00%	8,33%

Doanh nghiệp cho rằng kiến thức của sinh viên hay chương trình đào tạo của Cơ sở II là không phù hợp với doanh nghiệp	66,67%	20,83%	12,50%
Doanh nghiệp và Cơ sở II không có kinh nghiệm, không có người làm đầu mối đề xướng sự hợp tác	58,33%	20,83%	20,83%
Uy tín, danh tiếng của Cơ sở II trong việc hợp tác với các doanh nghiệp chưa đủ mạnh	50,00%	29,17%	20,83%
Vị trí địa lý, văn hoá làm việc không thuận lợi để hợp tác	66,67%	8,33%	25,00%

Nguồn: Kết quả xử lý số liệu của nhóm tác giả, 2017

Qua đó, chúng ta có thể thấy rằng có lý do chính mà các doanh nghiệp không hoặc chưa hợp tác với Cơ sở II là vì Doanh nghiệp chưa biết nhiều về các hoạt động của Cơ sở II do thông tin về các hoạt động của Cơ sở II không được quảng bá rộng rãi. Bên cạnh đó, có đến 29,17% số doanh nghiệp chưa hợp tác hoặc không hợp tác với Cơ sở II là vì doanh nghiệp không thấy được (cảm nhận được) lợi ích khi hợp tác với Cơ sở II. Xét về mặt nguyên tắc thì doanh nghiệp nào khi tiến hành hoạt động kinh doanh cũng đều mong muốn làm tăng lợi ích cho doanh nghiệp mình, do đó, nếu hợp tác với một đối tác mà đối tác ấy không làm cho doanh nghiệp cảm nhận được lợi ích gì thì chắc chắn họ sẽ không muốn tốn thời gian và chi phí cho hoạt động này. Điều này cho thấy, nếu Cơ sở II muốn ngày càng có nhiều doanh nghiệp đến liên kết, hợp tác với Cơ sở II thì Cơ sở II phải làm cho doanh nghiệp thấy, tạo nên lợi ích thực tế cho các doanh nghiệp một cách rõ ràng.

Tuy nhiên, xét tổng thể, tỷ lệ doanh nghiệp không hoặc chưa hợp tác với Cơ sở II phản đối các lý do trong bảng 2 nói trên cũng đặt ra một số vấn đề cần suy nghĩ. Thứ nhất, có đến 20,83% số doanh nghiệp chưa hoặc không hợp tác với Cơ sở II là vì các doanh nghiệp này cho rằng những nghiên cứu của Cơ sở II quá thiên về lý thuyết, nặng về hình thức, không phù hợp với nhu cầu của doanh nghiệp, tỷ lệ này không cao nhưng rất đáng suy nghĩ vì có đến gần 1/5 số lượng doanh nghiệp không đánh giá cao nội dung chương trình giảng dạy của Cơ sở II. Cũng với tỷ lệ này, 20,83% số doanh nghiệp tham gia khảo sát uy tín, danh tiếng của Cơ sở II trong việc hợp tác với các doanh nghiệp chưa đủ mạnh. Vì vậy, Cơ sở II cần phải nâng cao uy tín của mình hơn nữa bằng cách cải cách chương trình đào tạo, tăng cường mở rộng hợp tác giao lưu với các doanh nghiệp, duy trì kết nối thông qua nhiều nguồn khác nhau bằng nhiều cách khác nhau.

Mặc dù chưa có mối quan hệ hợp tác với Cơ sở II nhưng các doanh nghiệp này cũng cho biết về mối quan tâm của họ trong mối quan hệ hợp tác sau này (nếu có). Mối quan tâm đó được thể hiện cụ thể trong

Bảng 5.

Bảng 5. Những lợi ích hợp tác được các doanh nghiệp quan tâm

Lợi ích	**Điểm trung bình**	**Mức độ quan tâm**
Vấn đề nguồn nhân lực	4,85	1
Tiết kiệm được thời gian và chi phí huấn luyện, đào tạo nhân viên mới	4,17	2
Ý tưởng mới, sáng tạo, táo bạo	4,10	3
Vấn đề về ứng ứng dụng kết quả nghiên cứu	4,04	4
Dễ dàng tuyển dụng được nhân viên ưu tú ngay khi còn ngồi trên ghế nhà trường	4,01	5
Cơ sở II cung cấp dịch vụ hỗ trợ cho doanh nghiệp	3,97	6
Vấn đề về tư vấn chuyên môn	3,94	7

Nguồn: Kết quả xử lý số liệu của nhóm tác giả, 2017

Qua bảng 5 có thể thấy được rằng tất cả những lợi ích trên chỉ đạt số điểm khá thấp (từ 3,94/7 đến 4,85/7 điểm), các con số này phản ánh một thực tế là các doanh nghiệp không mấy kỳ vọng cũng như không mấy quan tâm đến những lợi ích có thể có khi hợp tác với Cơ sở II. Và, xét ở nhiều khía cạnh lợi ích từ việc hợp giữa nhà trường và doanh nghiệp thì các doanh nghiệp quan tâm nhiều nhất ở yếu tố nhân sự (4,85/7 điểm), tức là các doanh nghiệp nhận thấy việc có được đội ngũ lao động trẻ tuổi, giàu nhiệt huyết và có thể nâng cao trình độ của lực lượng lao động thông qua các khoá đào tạo có tầm quan trọng hàng đầu. Và hai vấn đề mà các doanh nghiệp ít quan tâm nhất là dịch vụ hỗ trợ của Cơ sở II và vấn đề chuyên môn. Trong đó, vấn đề chuyên môn có số điểm thấp nhất, điều này hoàn toàn phù hợp với tỷ lệ 20,83% các doanh nghiệp cho rằng những nghiên cứu của Cơ sở II quá thiên về lý thuyết, nặng về hình thức, không phù hợp với nhu cầu của doanh nghiệp trong Bảng nêu trên.

Như vậy, quan điểm của các doanh nghiệp đã và đang hợp tác với Cơ sở II cũng như các doanh nghiệp không hoặc chưa hợp tác đều có điểm tương đồng, đó là, các doanh nghiệp này đều mong muốn tiết kiệm được thời gian và chi phí huấn luyện, đào tạo nhân viên mới và có những lợi ích liên quan tới nguồn nhân lực từ hoạt động hợp tác. Tuy nhiên, lợi ích không phải là nhân tố duy nhất khiến doanh nghiệp hướng tới việc hợp tác mà có các nhân tố khác như điều kiện hợp tác, sự tôn trọng và yếu tố hoàn cảnh tác động tới quyết định này của doanh nghiệp.

➢ *Một số khuyến nghị nhằm tăng cường hợp tác giữa Cơ sở II và doanh nghiệp*

Từ kết quả nghiên cứu ở trên có thể thấy, các doanh nghiệp đã hợp tác với Cơ sở II đánh giá cao những lợi ích có thể mang lại trong khi các doanh nghiệp chưa từng hợp tác lại chưa nhận thấy những lợi ích này. Bên cạnh đó, hầu như doanh nghiệp đã hợp tác chỉ thấy được lợi ích từ việc tuyển dụng và đào tạo nhân lực trong khi các lợi ích như dịch vụ tư vấn của Cơ sở II hay ứng dụng kết quả nghiên cứu chưa được đánh giá cao. Để hoạt động hợp tác giữa Cơ sở II và doanh nghiệp ngày càng phát triển, nhóm tác giả có các gợi ý sau:

Thứ nhất, Cơ sở II cần chủ động nắm bắt nhu cầu của doanh nghiệp để quảng bá năng lực của mình trong việc hỗ trợ doanh nghiệp không chỉ về nguồn lực mà còn về vấn đề chuyên môn, hợp tác trong nghiên cứu để giải quyết các vấn đề mang tính thực tiễn cho doanh nghiệp. Với định hướng trở thành trường đại học định hướng nghiên cứu, Trường ĐH Ngoại thương nói chung và Cơ sở II nói riêng ngày càng chú trọng vào hoạt động nghiên cứu khoa học nên việc chủ động tạo cầu nối với doanh nghiệp sẽ không chỉ giúp hoạt động nghiên cứu được phát triển mà giúp các doanh nghiệp nhận được nhiều lợi ích hơn, đa dạng hơn khi hợp tác với Cơ sở II;

Thứ hai, với các doanh nghiệp chưa từng hợp tác với Cơ sở II thì cần tăng cường các hoạt động hợp tác từ cấp độ thấp – tới cấp độ cao hơn. Ở cấp độ thấp, các hình thức hợp tác phù hợp là mời báo cáo viên từ doanh nghiệp, chủ động liên hệ để doanh nghiệp nhận sinh viên thực tập, tham quan. Dần dần hoạt động hợp tác sẽ nâng cấp đa dạng hơn khi Cơ sở II tạo điều kiện để doanh nghiệp tham gia vào hoạt động chuyên môn, góp ý chương trình giảng dạy, tham gia vào các hoạt động giảng dạy cũng như hợp tác toàn diện trong tương lai;

Thứ ba, Cơ sở II cần chú trọng việc mang lại lợi ích mang tính chuyên môn cho các doanh nghiệp bởi những lợi ích chuyên môn là thế mạnh và có tính đặc thù không phải trường đại học nào cũng có được trong khi lợi thế về nguồn nhân lực sẽ mất dần khi các mức độ cạnh tranh giữa các trường đại học thuộc khối kinh tế ngày càng gia tăng kéo gần sự cách biệt giữa Cơ sở II với các trường cùng khối ngành. Để làm được điều này thì Nhà trường cần đầu tư mạnh hơn cho hoạt động nghiên cứu, tạo điều kiện để giảng viên nâng cao năng lực chuyên môn và thực hiện các đề tài nghiên cứu khoa học có khả năng ứng dụng đối với doanh nghiệp.

5. Kết luận

Trường đại học là đơn vị cung ứng nguồn nhân lực cho doanh nghiệp. Trong điều kiện hội nhập, thực tiễn kinh doanh ngày càng thay đổi nhanh đòi hỏi các doanh nghiệp phải có nguồn nhân lực đủ sức thích ứng với những thay đổi và thách thức của thị trường. Hợp tác với doanh nghiệp giúp cho các trường có thể đào tạo nguồn nhân lực đáp ứng tối đa nhu cầu của doanh nghiệp, ngược lại giúp doanh nghiệp có được nguồn nhân lực chất lượng cao, hiểu và dễ dàng thích ứng, hòa nhập vào điều kiện thực tiễn kinh doanh. Tuy nhiên, Cơ sở II cần phải chủ động tạo quảng bá để doanh

nghiệp có thể cảm nhận rõ hơn những lợi ích mà hoạt động hợp tác có thể mang lại, từ đó tạo điều kiện để hoạt động hợp tác ngày càng mở rộng về quy mô và chiều sâu, mang lại lợi ích cho các bên liên quan, trong đó có người học.

Phụ lục 1. Kết quả phân tích Fuzzy Truth Table các nhân tố tác động đến sự hợp tác giữa doanh nghiệp và Cơ sở II

```
--- INTERMEDIATE SOLUTION ---
frequency cutoff: 1.000000
consistency cutoff: 0.973244
Assumptions:
```

	raw coverage	unique coverage	consistency
rex10*rex9*rex8*~rex7*~rex6*~rex5*rex4*~rex3*~rex2*~rex1	0.296758	0.084788	1.000000
rex10*rex9*rex8*~rex7*~rex6*~rex5*~rex4*~rex3*rex2*~rex1	0.241895	0.029094	0.973244
rex10*rex9*rex8*rex7*rex6*rex5*rex4*rex3*rex2*rex1	0.483791	0.300914	1.000000

```
solution coverage: 0.636741
solution consistency: 0.989664
```

Chú thích:

Rex1: Dễ dàng tuyển dụng
Rex2: Tiết kiệm thời gian, chi phí huấn luyện
Rex3: Ý tưởng mới, sáng tạo
Rex4: Vấn đề nguồn nhân lực
Rex5: Vấn đề tư vấn chuyên môn
Rex6: Ứng dụng kết quả nghiên cứu
Rex7: Dịch vụ hỗ trợ cho doanh nghiệp
Rex8: Điều kiện hợp tác
Rex9: Sự tôn trọng
Rex10: Nhân tố hoàn cảnh
~: phủ định, không có sự tồn tại của nhân tố

Tài liệu tham khảo

1. Ban CTCT&SV (2017), *Báo cáo tình hình hợp tác*, Tp.HCM: Trường ĐH Ngoại thương CS2.
2. Ban Quản lý Đào tạo (2017), *Thống kê số lượng sinh viên*, Tp.HCM: Trường ĐH Ngoại thương Cơ sở 2.
3. Edmondson, G., Valigra, L., Kenward, M., Hudson, R. L., & eld, H. B. (2012), *Making industry-university partnerhips work: lession from successful collaborations*, Science|Business Innovati on Board AISBL.
4. Emmenegger, P. (2011), "Job Security Regulations in Western Democracies: A Fuzzy Set Analysis", *European Journal of Political Research, 50*(3), 336–364.
5. Leischnig, A., Henneberg, S. C., & Thornton, S. C. (2014), *Performing Configurational Analyses in Management Research: A Fuzzy Set Approach*, pp. 1-21, Bordeaux.
6. Ragin, C. C. (2008), *Fuzzy-set social science*, Chicago: Chicago: University of Chicago Press.