MÔ HÌNH LIÊN KẾT GIỮA TRƯỜNG ĐẠI HỌC VỚI DOANH NGHIỆP

Nguyễn Thị Minh Hiền*, Đỗ Thanh Huyền**

Mở rộng liên kết trong đào tạo của trường đại học với các tổ chức kinh tế xã hội, đặc biệt là doanh nghiệp là một tất yếu khách quan đặc biệt trong quá trình hội nhập quốc tế. Liên kết này được tăng cường sẽ tạo cơ hội cho sinh viên tiếp cận nhanh với thực tế, nâng cao chất lượng giảng dạy, giúp cho các trường đại học đào tạo được đội ngũ nhân lực chất lượng cao đáp ứng yêu cầu của xã hội. Trên thế giới cũng có nhiều mô hình liên kết giữa trường đại học với doanh nghiệp rất hiệu quả. Sự thành công của các mô hình liên kết này chỉ ra rằng có một cơ chế thích hợp, quan tâm tới lợi ích của hai bên sẽ là động lực quan trọng cho sự liên kết.

Từ khóa: liên kết, liên kết đào tạo, đại học.

1. Mở đầu

Kinh nghiệm của các trường hàng đầu trên thế giới đã chỉ ra rằng một trường đại học sẽ có hệ thống chương trình đào tạo tiên tiến, đáp ứng nhu cầu của xã hội, sinh viên ra trường có đủ kiến thức và kỹ năng để vững vàng hội nhập trong thị trường lao động nếu như trường đó có sự liên kết chặt chẽ và tạo được một mạng lưới hợp tác với các doanh nghiệp. Hơn nữa thông qua việc liên kết với doanh nghiệp sẽ là một cơ hội tốt để tăng quĩ nghiên cứu khoa học, đồng thời các nghiên cứu sẽ gần gũi hơn với thực tiễn và giải quyết được các yêu cầu của thực tiễn. Ở Việt Nam, vấn đề liên kết giữa trường đại học với các doanh nghiệp đã được đề cập tới trong nhiều văn bản và định hướng của các bộ ngành có liên quan. Tuy nhiên, trong thực tế, việc liên kết này vẫn hết sức lỏng lẻo và chưa toàn diện (Trịnh Thị Mai Hoa, 2008; Nguyễn Trí Dũng, 2011). Điều này cũng dẫn tới rất nhiều mâu thuẫn. Sinh viên tốt nghiệp rất nhiều nhưng các doanh nghiệp vẫn kêu than về tình trạng thiếu lao động có trình độ cao; phần lớn sinh viên tốt nghiệp không đáp ứng được nhu cầu của nhà tuyển dụng do thiếu những kiến thức và kỹ năng cần thiết, lúng túng khi vận dụng lý thuyết vào thực tế (Nguyễn Minh Phong, 2011). Một nguyên nhân khá quan trọng đó chính là thiếu sự hợp tác liên kết có hiệu quả giữa các doanh nghiệp với các trường đại học. Tăng cường sự liên kết giữa trường đại học với các doanh nghiệp sẽ giúp nâng cao hiệu quả đào tạo trong các trường đại học. Bài viết này nhằm hệ thống các vấn đề lý luận về liên kết trong đào tạo, phân tích một số mô hình liên kết giữa trường đại học với các doanh nghiệp khá hiện đang khá phổ biến trên thế giới.

2. Các vấn đề cơ bản về liên kết

2.1. Khái niệm

Liên kết là sự tham gia tự nguyện của hai hay nhiều đối tác khác nhau trên tinh thần hợp tác cùng có lợi và thường xuyên

Liên kết đào tạo là sự kết hợp hay là mối quan hệ của các cá nhân, tổ chức có liên quan nhằm thực hiện mục tiêu của giáo dục và đào tạo tức là trang bị kiến thức, kỹ năng, thái độ nghề nghiệp cho người học. Liên kết đào tạo là một mô hình trong giáo dục nhằm tạo cơ hội học tập cho toàn xã hội. Nhờ cách làm này, nhiều người ở vùng sâu, vùng xa; nhiều người bận làm việc, không có thời gian... cũng có cơ hội học tập lên cao.

Liên kết đào tạo không phải là một hình thức mới

trong ngành giáo dục và nó đang ngày càng phát triển do nhu cầu học tập của các cá nhân đang ngày càng cao. Không chỉ có liên kết đào tạo ở các ngành nghề hấp dẫn như tài chính, kế toán, ngoại ngữ, loại hình liên kết đào tạo còn mở rộng cho khối kỹ thuật, thậm chí phát triển nhanh ở cả lĩnh vực dạy nghề. Như vậy có thể hiểu: Liên kết đào tạo là sự kết hợp giữa hai hay nhiều bên nhằm thực hiện mục đích giáo dục, trên cơ sở các bên tham gia liên kết đều có lợi.

2.2. Tính tất yếu và sự cần thiết của liên kết trong đào tạo

Sự cần thiết phải tiến hành sự hợp tác giữa các trường Đại học với các tổ chức kinh tế xã hội nói chung và với Doanh nghiệp trước hết bắt nguồn từ tầm quan trọng của giáo dục và việc không ngừng nâng cao chất lượng nguồn nhân lực để duy trì và phát triển sức cạnh tranh, hiệu quả hoạt động của bản thân mỗi doanh nghiệp, nhà trường, của cả nền kinh tế (Nguyễn Minh Phong, 2011).

Từ phía nhà trường, trong thực tế từ trước đến nay, về cơ bản, các trường đại học chỉ đào tạo cái mình có, theo chương trình của mình, mà chưa chú trọng đến nhu cầu thị trường, nhu cầu từng ngành nghề mà các đối tượng sử dụng lao động cần trong thực tiễn hiện tại và tương lai. Vì vậy, cùng với nhiều lý do cộng hưởng khác, sinh viên ra trường rất nhiều người chưa có định hướng nghề nghiệp đúng với nhu cầu thị trường và sở trường cá nhân, thiếu kỹ năng và phẩm chất nghề nghiệp, còn lúng túng khi áp dụng lý thuyết vào thực tế, yếu kém về ngoại ngữ, nhất là ngoại ngữ liên quan trực tiếp đến lĩnh vực làm việc. Chính vì vậy, khi có các liên kết với doanh nghiệp vấn đề đào tạo trong nhà trường sẽ sát hơn với thực tế, sinh viên sẽ có cơ hội tiếp cận nhanh chóng hơn các vấn đề thực tiễn thay đổi rất nhanh chóng ngoài xã hội, có cơ hội rèn luyện sinh viên cả ở bên trong và bên ngoài giảng đường.

Đối với doanh nghiệp, đây cũng là một cơ hội tốt để tiếp cận với đội ngũ các giảng viên, các nhà nghiên cứu có bài bản, có trình độ cao trong trường đại học, giúp doanh nghiệp giải quyết các vấn đề khó khăn trong thực tế sản xuất kinh doanh; tiếp cận được và tuyển chọn được nguồn nhân lực trong tương lai và có cơ hội quảng bá về doanh nghiệp.

Bối cảnh hội nhập và yêu cầu cạnh tranh cả trên thương trường, lẫn ngay chính trong lĩnh vực GD-ĐT, buộc các doanh nghiệp cần xây dựng mối quan hệ thường xuyên 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, nhu cầu của xã hội để đào tạo sinh viên đáp ứng ngay được với vị trí công việc được tuyển dụng. Nói cách khác, chính cạnh tranh thị trường và hội nhập quốc tế đã quy định tính tất yếu của sự hợp tác qua lại giữa các đối tác với nhà trường. Yêu cầu về nguồn nhân lực được đào tạo có chất lượng cao đã và đang trở thành những đòi hỏi cấp bách đối với ngành GD&ĐT Việt Nam.

2.3. Các nguyên tắc trong liên kết

Để các chủ thể tham gia liên kết đạt được mục tiêu phát triển bền vững, các liên kết nói chung và liên kết trong đào tạo nói riêng phải đảm bảo một số nguyên tắc sau:

Thứ nhất, liên kết trong đào tạo cần đảm bảo được lợi ích và kết hợp hài hòa lợi ích của các bên tham gia liên kết. Tạo điều kiện cho các chủ thể tham gia không ngừng phát triển và đạt hiệu quả ngày càng cao. Đây vừa là nguyên tắc, vừa là mục tiêu xuyên suốt của mọi liên kết đào tạo. Việc chia sẻ hài hòa lợi ích có tầm quan trọng đặc biệt quyết định sự bền vững của các liên kết nên đòi hỏi phải tìm ra một cơ chế giải quyết thích hợp.

Thứ hai, liên kết trong đào tạo phải được hình thành trên tinh thần tự nguyện tham gia của các bên để giải quyết những khó khăn hoặc tìm kiếm lợi ích cao hơn thông qua liên kết. Chỉ khi tự nguyện tham gia, các chủ thể liên kết mới phát huy hết năng lực nội tại của mình, xây dựng nên mối quan hệ hiệu quả, bền chặt, vì lợi ích chung, đồng thời đem hết khả năng cùng chịu trách nhiệm về những thất bại hay rủi ro trong liên kết. Mọi liên kết trong đào tạo được thiết lập mang tính hình thức hay là kết quả của những quyết định mang tính chủ quan, áp đặt sẽ không thể tồn tại và không thể đem lại lợi ích cho các bên tham gia.

Thứ ba, các bên tham gia cần được dân chủ, bình đẳng trong các quyết định của liên kết. Do các nguồn lực của liên kết được hình thành dựa trên sự đóng góp của các chủ thể tham gia, mặt khác các liên kết có liên quan chặt chẽ đến lợi ích của các chủ thể tham gia nên hoạt động quản lý, điều hành, giám sát và phân phối lợi ích trong liên kết phải đảm bảo dân chủ, bình đẳng.

Thứ tư, các mối liên kết được khuyến khích pháp lý hóa. Trên cơ chế thị trường hiện nay, các mối

quan hệ liên kết phần nhiều được phát triển dựa trên cơ sở tin cậy lẫn nhau của các bên tham gia. Liên kết giữa họ thường xuyên và bền chặt vì các bên đều đạt được lợi ích của mình khi tham gia. Tuy nhiên, để đảm bảo an toàn và chắc chắn, mọi mối quan hệ liên kết trong đào tạo cần được thể chế hóa bằng luật pháp dưới các hình thức hợp đồng, điều lệ, hiệp ước của tổ chức liên kết. Các mối liên kết được pháp lý hóa, một mặt nâng cao vị thế cho các bên tham gia, đồng thời là cơ sở quan trọng để ràng buộc trách nhiệm của họ cũng như tạo điều kiện thuận lợi cho việc giải quyết khi có tranh chấp phát sinh.

2.4. Cơ chế và nội dung liên kết

Cơ chế liên kết có thể thông qua các hợp đồng, văn bản thỏa thuận, thông qua các hoạt động của hiệp hội, câu lạc bộ. Dựa trên sự quan tâm, nhu cầu của mỗi bên mà xây dựng các nội dung hợp tác thích hợp dựa trên nguyên tắc đôi bên cùng có lợi.

Có thể minh họa bằng sơ đồ 1.

3. Các mô hình liên kết giữa trường đại học và doanh nghiệp

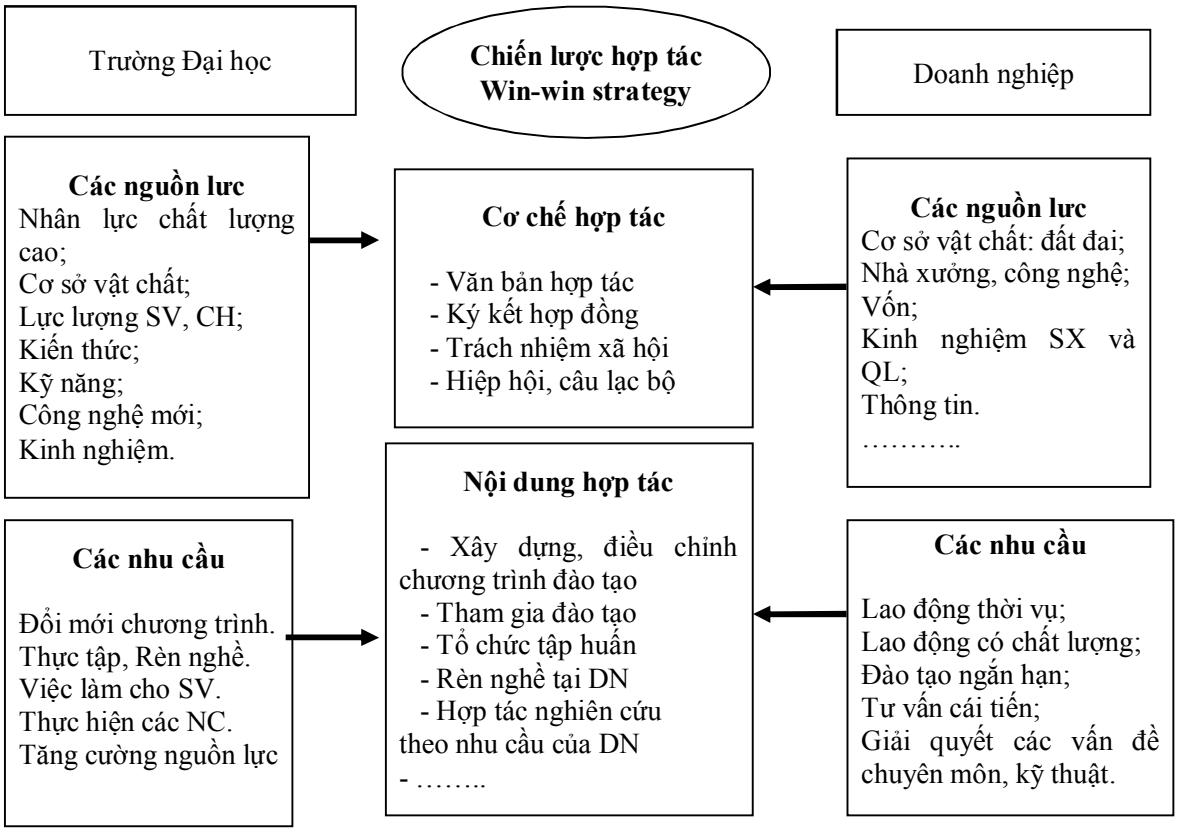
Có rất nhiều mô hình liên kết giữa trường đại học và doanh nghiệp, các mô hình này khá đa dạng về hình thức, phương thức hoạt động, nội dung liên kết… tuy nhiên có thể khái quát thành một số mô hình phổ biến như:

- Mô hình vườn ươm công nghệ;
- Mô hình trung tâm hợp tác nghiên cứu giữa đại học và các doanh nghiệp;
- Mô hình liên kết giữa trường đại học với doanh nghiệp dưới hình thức rèn nghề;
- Liên kết dưới hình thức thỉnh giảng và viết nghiên cứu tình huống của các doanh nghiệp;
- Liên kết giữa trường đại học với doanh nghiệp dưới hình thức tư vấn nghề nghiệp.

3.1. Mô hình vườn ươm công nghệ

Mô hình vườn ươm công nghệ đã trở nên phổ biến ở các nước phát triển và đang phát triển. Vườn ươm đóng vai trò cầu nối cho các liên kết giữa doanh nghiệp và trường đại học- viện nghiên cứu. Kinh nghiệm các nước như Mỹ, Thụy Điển, Đức, Pháp, Hàn Quốc, Trung Quốc, cho thấy các vườn ươm đa số gắn liền với Đại học, các công ty lớn nhằm đưa nhanh các kết quả nghiên cứu vào sản

Sơ đồ 1: Cơ chế liên kết giữa trường đại học và doanh nghiệp



Nguồn: Tác giả đề xuất

xuất, thương mại hóa. Đặc biệt, một số vườn ươm còn được đặt cơ sở hoạt động tại nước ngoài, tại những nơi các công ty có các trụ sở và có thể nhận được nhiều đơn hàng.

Vườn ươm không có nghĩa là chỉ là một tòa nhà cung cấp các dịch vụ ươm tạo thụ động như cho thuê văn phòng, cung cấp vốn... mà hầu hết các vườn ươm đều có phần tư vấn nhân lực mạnh, có khả năng tạo mạng liên kết cần thiết cho sự nghiệp kinh doanh ở giai đoạn đầu người được ươm tạo. Mô hình vườn ươm hoạt động rất có hiệu quả và thực hiện tốt chức năng là nghiên cứu, hỗ trợ, chuyển giao và phát triển công nghệ cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ.

Trong bối cảnh toàn cầu hóa với cạnh tranh ngày càng gay gắt, doanh nghiệp muốn tồn tại, phát triển phải có sự khác biệt của mình về công nghệ của sản phẩm chào bán. Chính vì vậy, các nhà nghiên cứu khoa học - công nghệ thực sự đang trên đường trở thành là người đồng hành cùng các doanh nghiệp. Các doanh nghiệp tham gia vườn ươm phải có kế hoạch, chính sách cụ thể trong việc liên kết, hỗ trợ đào tạo cho các trường; đưa hoạt động của vườn ươm vào chính sách phát triển nhân sự của mình để có chính sách cụ thể về chu cấp học bổng cho sinh viên giỏi, thu nhận sinh viên vào thực tập, tập sự, tuyển dụng và bồi dưỡng nâng cao, tạo nguồn lao động quản lý cho tương lai.

3.2. Mô hình trung tâm hợp tác nghiên cứu giữa đại học và các doanh nghiệp

Mô hình viện hay trung tâm hợp tác nghiên cứu đã xuất hiện ở các nước phát triển như Mỹ, Nhật Bản, Đức, các nước Tây Âu… từ nhiều năm trước. Mục đích chính của việc hợp tác nghiên cứu ở một đại học là tạo ra cầu nối giữa cơ sở đào tạo và các nhà doanh nghiệp nhằm xúc tiến nâng cao hiệu quả việc nghiên cứu ứng dụng khoa học kĩ thuật trong việc cải tiến và chế tạo ra sản phẩm mới, tư vấn kĩ thuật cho các doanh nghiệp và nhà sử dụng, hợp tác đào tạo nguồn nhân lực cho các doanh nghiệp. Mô hình này cũng giải quyết được việc thiếu các nguồn vốn cho các dự án nghiên cứu tiền khả thi và khả thi, đồng thời tạo cơ hội cho nhiều tài năng trẻ tham gia vào quá trình nghiên cứu ứng dụng khoa học kĩ thuật (http://www.kaiyodai.ac.jp/).

Để tăng cường quan hệ hợp tác nghiên cứu giữa doanh nghiệp và đại học rất cần những người lãnh đạo chủ trì có tầm nhìn và năng lực ở cả hai phía. Doanh nghiệp cần hiểu rằng mình cần có khoa học và công nghệ để nâng cao năng suất và cải thiện trình độ sản xuất lạc hậu, còn trường đại học cũng thấy rõ rằng khoa học cần được ứng dụng vào doanh nghiệp để đóng góp cho thực tiễn đời sống.

Quan hệ hợp tác giữa nhà nghiên cứu và doanh nghiệp nên được hướng tới một mối quan hệ liên tục lâu dài, thay vì chỉ đặt mục tiêu ở một vài công việc rời rạc cụ thể. Thông thường, các doanh nghiệp khi tìm đến các nhà khoa học thường chỉ nhằm đề nghị giải quyết một số vấn đề công nghệ cụ thể, dựa trên nhu cầu ngắn hạn trước mắt. Nhưng các nhà khoa học thường có tầm nhìn xa hơn, tổng quan hơn. Họ có thể giúp doanh nghiệp nhìn nhận lại bức tranh tổng thể, chỉ ra đâu là vấn đề cần ưu tiên giải quyết, đâu là mục tiêu cần đạt được

Cơ chế thực hiện đó là các trường đại học sẽ hình thành một Trung tâm Hợp tác Nghiên cứu Đại học với những mục đích chính như sau: i) Triển khai những hoạt động nghiên cứu cơ bản đang thực hiện ở trường đại học phát triển thành những nghiên cứu ứng dụng có tính ứng dụng thực tế hơn; ii) Nghiên cứu đáp ứng nhu cầu từ thực tiễn trong giới doanh nghiệp và nhà sản xuất, dựa trên cơ sở hợp tác với các doanh nghiệp và nhà sản xuất thực hiện nghiên cứu ứng dụng và phát triển sản phẩm đáp ứng nhu cầu của xã hội; iii) Thực hiện tư vấn thích hợp đối với doanh nghiệp và nhà sản xuất.

Trung tâm và các doanh nghiệp cùng thực hiện việc chuẩn bị nguồn nhân lực cho các dự án hợp tác nghiên cứu sau khi kí kết hợp đồng. Sau khi đại học và doanh nghiệp đáp ứng được nguồn lực nghiên cứu: nghiên cứu viên, kinh phí nghiên cứu, thiết bị nghiên cứu sẽ thực hiện việc nghiên cứu. Để có thể bắt đầu một cách hiệu quả cho các hợp tác, đầu tiên nên khởi đầu từ những dự án nhỏ. Sau khi đạt được thành công, niềm tin giữa hai bên sẽ được bồi đắp, củng cố, từ đó mới mở rộng chương trình hợp tác, phát triển những dự án nghiên cứu có quy mô lớn hơn. Bên cạnh đó, hai bên cần nỗ lực tự điều chỉnh, cải thiện mình để có thể tìm thấy tiếng nói chung.

3.3 Mô hình liên kết giữa đại học với doanh nghiệp dưới hình thức rèn nghề

Đây cũng là một hình được các trường đại học và cả các doanh nghiệp rất thích thú. Các chương trình này được các nước phát triển áp dụng từ rất lâu. Thông qua các chương trình này cả 2 bên cùng có lợi. Trường đại học sẽ có nơi để đào tạo thực tiễn

cho sinh viên, giúp sinh viên có thêm các kỹ năng và kiến thức thực tế; có thể áp dụng những điều được giảng trong nhà trường vào trong thực tiễn, có dịp để quảng cáo cho nhà trường và các giảng viên có thể tiến hành những nghiên cứu thực tế hơn, hoặc có thêm các kinh phí cho nghiên cứu (Bell, Justine, 1994, Crumbley, Larry, and Glenn E. Sumners, 1998). Ngược lại doanh nghiệp cũng có cơ hội để lựa chọn nhân viên trong tương lai; chi phí tiết kiệm hơn; gắn bó chặt chẽ hơn với nhà trường và thông qua đó có thể thực hiện các nghiên cứu nhằm giải quyết các vấn đề khó khăn mà công ty, doanh nghiệp đang gặp phải.

Các kì thực tập được sinh viên xem như những công cụ tiềm năng có giá trị để khám phá con đường sự nghiệp nói chung cũng như các công ty nói riêng. Việc này có thể cung cấp cho sinh viên kinh nghiệm làm việc quý báu (cả về thực hành và cải thiện lý lịch xin việc) và cơ hội để xin việc trước khi tốt nghiệp. Bên cạnh việc có được kinh nghiệm làm việc tốt, sinh viên cũng có thể tích lũy tín chỉ và nhận thù lao (dù ở mức khiêm tốn) cho các kỳ thực tập, (Layton, L. 1995).

Các chương trình thực tập cũng có giá trị tiềm năng đối với các nhà tuyển dụng. Nhiều chủ doanh nghiệp và nhà quản lý nhận ra rằng các kỳ thực tập có thể cho họ cơ hội sớm đánh giá được khả năng của thế hệ nhân lực mới, và trong nhiều trường hợp, giới thiệu chính công ty mình như một vị trí có chất lượng cho sinh viên khởi nghiệp sau khi ra trường.

Các chương trình thực tập rất phổ biến tại các công ty lớn. Song các công ty nhỏ cũng có thể nhận thấy những lợi ích đáng kể. Xét từ nhiều góc độ, các sinh viên thực tập có thể trở thành nhân viên lý tưởng cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Thông thường, sinh viên đều khao khát tích lũy kinh nghiệm, sẵn sàng nhận các nhiệm vụ ít hấp dẫn hơn và háo hức để thể hiện thật tốt (Kaplan, Rochelle, 1994).

Đối với các doanh nghiệp, một chương trình thực tập có thể là một công cụ tuyển dụng. Bằng cách thu hút các sinh viên đại học xuất sắc, các cơ sở doanh nghiệp có thể giảm sự phụ thuộc truyền thống vào thị trường thứ cấp trong việc tuyển nhân viên mới vào nghề. Chi phí cho việc tuyển dụng nhân viên chính thức giảm vì sinh viên trở nên gần gũi hơn với những thông tin được cung cấp bởi các tổ chức và những sinh viên xuất sắc hàng đầu được thu hút cho các vị trí chính thức.

Các tổ chức đang tìm kiếm thêm nhân viên thì các đợt thực tập giúp họ có một cơ hội lựa chọn. Những tổ chức này có cơ hội quan sát sinh viên trước khi đưa ra các quyết định tuyển dụng chính thức. Họ theo dõi sinh viên trong quá trình làm việc, thói quen làm việc, kỹ thuật làm việc, tính cách cá nhân, kỹ năng giao tiếp và khả năng thích ứng với công việc. Đó là những thông tin yêu cầu đối với một thực tập viên trong thời gian 3 tháng mà không thể có được từ lý lịch, bảng điểm, hoặc thậm chí hàng loạt các cuộc phỏng vấn. Họ chỉ mất rất ít chi phí cho việc thuê một thực tập viên mới hơn là thuê một người tương tự nhưng chính thức, các đợt thực tập giảm thiểu một cách bền vững những rủi ro trong trường hợp các đơn vị chỉ cung cấp việc làm lâu dài. Không chỉ riêng các tổ chức có thể quan sát ban đầu về thực tập viên mà các sinh viên cũng được tìm hiểu về công ty.

Các doanh nghiệp có thể có được nhân viên chất lượng với một chi phí hợp lý thông qua chương trình thực tập. Các thực tập viên có thể đáp ứng nhu cầu công việc thời vụ hoặc nhân viên ngắn hạn hoặc hỗ trợ các dự án đặc thù. Hầu hết các thực tập viên đều say mê học tập. Họ hưởng ứng tất cả những cơ hội giải quyết các vấn đề và tạo ra các ý tưởng sáng tạo đóng góp cho tiến trình kiểm toán. Vì các thực tập viên thường cố gắng để nhận được công việc chính thức nên họ có thể làm việc thậm chí nhiều hơn so với những người mới được tuyển.

Việc thực tập cũng nâng cao năng lực cho đội ngũ nhân viên hiện hành của đơn vị vì họ thường xuyên tham gia đào tạo và hướng dẫn nghiệp vụ cho các thực tập viên. Chương trình thực tập cũng thách thức các nhà quản lý, các giám sát viên vì bắt buộc phải có một đánh giá về nhiệm vụ và trách nhiệm của họ và tổ chức. Những nhà quản lý và giám sát viên sẽ được hiểu rõ hơn về các hoạt động của mình thông qua đánh giá và tìm ra điểm cần hoàn thiện trong hoạt động và sản xuất.

Tóm lại các chương trình thực tập giúp đẩy mạnh một tiến trình đào tạo toàn diện và tăng cường khả năng cho các sinh viên xuất sắc hàng đầu được tuyển dụng nghề nghiệp, giúp họ đảm bảo chất lượng nghề nghiệp. Các chương trình thực tập như "một chương trình có lợi cho cả đôi bên, công ty và sinh viên. Công ty thu lợi từ các quan điểm mới của những người sáng giá và giỏi nhất của đại học. Sinh

viên có cơ hội áp dụng lý thuyết vào thực tiễn" (Greg Davis and Kimberly A. Williams, 2004, Layton, L. 1995).

3.4. Liên kết dưới hình thức thức thỉnh giảng và viết tình huống kinh doanh

Nâng cao chất lượng giảng dạy là mục tiêu quan trọng trong các trường đại học, đặc biệt là các trường đại học ở Việt Nam trong giai đoạn đổi mới. Đổi mới phương pháp giảng dạy là phương tiện hữu hiệu giúp đạt được mục tiêu trên. Đối với một số ngành xã hội như kinh tế, quản trị kinh doanh rất cần thiết phải có sự đổi mới trong phương pháp giảng dạy từ theo cách học lý thuyết và truyền thụ truyền thống một chiều sang hình thức trao đổi, chia sẻ kinh nghiệm, thảo luận và sử dụng các trường hợp thực tế, các tình huống cụ thể. Việc học được gắn với các ví dụ thực tiễn, sinh động sẽ giúp cho sinh viên nhớ được các nội dung lý thuyết được sâu sắc hơn.

Hình thức liên kết này là một phần của hình thức liên kết Đại học- Doanh nghiệp trong đó doanh nghiệp tham gia tích cực trong hoạt động đào tạo của nhà trường. Bằng hình thức mời các doanh nghiệp tham gia sinh hoạt chuyên môn ở các bộ môn, phối hợp giảng dạy trong các khóa tập huấn, các seminar chuyên đề, các buổi ngoại khóa của sinh viên để cho sinh viên được tiếp cận gần hơn với thực tiễn và các vấn đề nổi cộm hiện nay trong các doanh nghiệp. Doanh nghiệp cũng được mời để hướng dẫn khóa luận tốt nghiệp, luận văn cho sinh viên, học viên.

Doanh nghiệp cũng có thể phối hợp với cán bộ giảng dạy để phát triển các nghiên cứu tình huống, các doanh nghiệp có thể cung cấp các thông tin, tư liệu, các câu chuyện về thành công thất bại trong hoạt động sản xuất, kinh doanh trong công tác quản lý, và từ đó hệ thống hóa thành các ví dụ sinh động, các điển cứu minh họa cho các vấn đề lý thuyết. Các nghiên cứu tình huống này thực sự là các bài học rất bổ ích cho sinh viên đồng thời cũng là cơ hội giúp quảng bá doanh nghiệp (Kim, 2008).

3.5. Mô hình liên kết dưới hình thức tư vấn nghề nghiệp

Hình thức này được dựa trên tổ chức các cặp tư vấn giữa một bên là sinh viên của trường đại học và một bên là các cựu sinh viên, các nhà quản lý, các nhà kinh doanh, những người nghiên cứu… đã có nhiều kinh nghiệm của người đi trước tư vấn, đưa ra các lời khuyên, hoặc cũng có thể chỉ là lắng nghe, chia sẻ của sinh viên (Geof Alred; Bob Garvey, 2000).

Những người được tư vấn có thể là sinh viên đại học (bắt đầu học kỳ thứ 5); Nghiên cứu sinh; Đã tốt nghiệp (đang tìm việc); Đã tốt nghiệp (có việc làm) hoặc có thể từ các tổ chức giáo dục bậc cao (trường/viện đào tạo đại học). Người tư vấn/tư vấn viên có thể đã tốt nghiệp các chuyên ngành khác nhau về khoa học tự nhiên, công nghệ và công trình. Họ có thể có các nghề nghiệp khác nhau như làm ở các công ty, các viện nghiên cứu, các trường đại học, hành chính, tự kinh doanh hoặc làm nghề tự do. Sau khi hình thành các cặp và các cặp này sẽ quyết định thời gian, địa điểm gặp nhau để trao đổi.

Để có thể lựa chọn các tư vấn và người được tư vấn thì cần phải chú ý đến các động lực để 2 bên tham gia tự nguyện và tích cực Những động lực chính để các bên tham gia có thể là:

Đối với những người được tư vấn: i) Sự hướng dẫn trong lập kế hoạch học tập cá nhân/ làm nghiên cứu; ii) Các liên hệ công tác/các mối quan hệ công việc; iii) Học về các tình huống có thể phát sinh khi đi làm và cách thức để khởi đầu thành công; iv) Những ví dụ/ kinh nghiệm đi làm; v) Sự tò mò/ đánh giá khả năng của cá nhân/ tạo động lực học tập.

Đối với những người tư vấn: i) Động viên và hỗ trợ người khác; ii) Tạo sự thúc đẩy mới cho công việc và sự phát triển nghề nghiệp của bản thân, phản ánh nghề nghiệp của bản thân; iii) Đào sâu khả năng hướng dẫn của bản thân; iv) Mở rộng các mối quan hệ; v) Truyền đạt cho người khác những kinh nghiệm riêng trong công việc; vi) Truyền đạt những kinh nghiệm tích cực khi còn là người được tư vấn (với nhưng ai đã từng là người được tư vấn); vii) Duy trì các mối liên hệ với thế hệ sinh viên sau.

Để việc tư vấn có hiệu quả cần phải đưa ra các mục tiêu cho các chương trình tư vấn một cách rõ ràng. Các mục tiêu của việc tư vấn có thể là:

a) Với người được tư vấn: Chuẩn bị cho những yêu cầu công việc qua thực hành; Bạn đồng hành và hỗ trợ trong học tập cũng như làm nghiên cứu sinh; Hỗ trợ khi mới đi làm; Giới thiệu vào mạng lưới công tác có liên quan; Tăng cường năng lực làm việc cũng như năng lực cá nhân;

b) Với những người tư vấn: Phát triển hơn nữa năng lực lãnh đạo; Phát triển hơn nữa năng lực giao tiếp và xã hội; Mở rộng mối liên hệ công tác của

chính người tư vấn.

Ngoài các mục tiêu chung, thì các cặp tư vấn - được tư vấn cũng có thể phát triển những mục tiêu cụ thể cho các hoạt động tư vấn của họ theo các nhu cầu và mối quan tâm cụ thể, ví dụ như: "tìm ra mục tiêu nghề nghiệp, tìm hiểu các lĩnh vực công việc"; "lựa chọn chuyên môn, "hỗ trợ trong lựa chọn chủ đề cho luận văn tốt nghiệp"; "Chuẩn bị các giấy tờ xin việc"; "chuẩn bị phỏng vấn xin việc, đánh giá sau khi phỏng vấn"; "hỗ trợ 100 ngày làm việc đầu tiên"; "học cách nhận ra những kĩ năng và điểm yếu của bản thân và cách vận dụng chúng tốt nhất", "Giới thiệu vào mạng làm việc của người tư vấn"... Và khi cả 2 bên cùng có những quan tâm chung và cùng có những lợi ích từ liên kết thì các liên kết sẽ rất bền vững và hiệu quả.

Hình thức liên kết này giúp cho sinh viên có được những lời khuyên bổ ích và thực tế và ngược lại các cán bộ trong doanh nghiệp và các tổ chức cũng nâng cao được nhận thức về trách nhiệm của họ đối với việc đào tạo nguồn nhân lực tương lai.

4. Kết luận và khuyến nghị cho vấn đề liên kết giữa trường đại học và doanh nghiệp

Kinh nghiệm tại các nước có chất lượng giáo dục hàng đầu trên thế giới đã chỉ ra rằng cần có sự hợp tác chặt chẽ giữa các trường đại học và các doanh nghiệp, có như vậy thì chương trình đào tạo mới đáp ứng đúng nhu cầu của xã hội, đồng thời các nghiên cứu, các nội dung giảng dạy chuyên môn trong trường sẽ hỗ trợ đắc lực cho sự phát triển của doanh nghiệp. Đó cũng là hướng đi đúng đắn mà giáo dục Việt Nam cần thiết phải đi theo để nâng cao chất lượng nguồn nhân lực trong nước, đáp ứng các yêu cầu phát triển, nhằm mục đích cuối cùng vì sự phát triển chung của đất nước.

Việt Nam đã và đang có những dấu hiệu tích cực của mối liên kết Đại học – Doanh nghiệp, một xu thế hiện đại tuy nhiên vẫn nặng tính chất tự phát, tản mạn. Trong thời gian tới để nâng cao hiệu quả của sự liên kết rất cần sự hỗ trợ của Bộ Giáo dục và Đào tạo trong việc tạo ra các hành lang pháp lý và qui định chung để thống nhất trong nhận thức về quan hệ giữa Nhà trường đại học và doanh nghiệp; Cần nâng cao nhận thức và trách nhiệm cho các bên; Tổ chức các dạng hoạt động quảng bá thông tin về liên kết Đại học - Doanh nghiệp nhằm kích thích và định hướng cho việc mở rộng liên kết một cách thiết thực và bền vững. Đối với các trường đại học cần tích cực chủ động mở rộng các hợp tác với doanh nghiệp thông qua các hội nghị, hội thảo liên kết; các hoạt động đào tạo như phát triển chương trình, tham gia giảng dạy, đánh giá khoá luận tốt nghiệp; Xúc tiến thành lập Trung tâm Nghiên cứu và đào tạo phục vụ doanh nghiệp ngay trong các trường đại học; Tổ chức các Hội nghị giao lưu doanh nghiệp và sinh viên; Phát huy vai trò của các cựu sinh viên trong các doanh nghiệp trong tư vấn đào tạo, hỗ trợ tài chính, tư vấn nghề nghiệp...❐

Tài liệu tham khảo:

Bell, Justine (1994), "Marketing Academic Internships in the Public Sector." Public Personnel Management.

Crumbley, Larry, and Glenn E. Sumners (1998), "How Businesses Profit from Internships." Internal Auditor.

Geof Alred; Bob Garvey (2000), Mentoring & Tutoring: Partnership in Learning

Greg Davis and Kimberly A. Williams (2004), Closing the Loop on the Internship Experience with a New Pre-Internship Course**.** Dept. of Horticulture, Forestry and Recreation Resources 2021 Throckmorton Plant Sciences Center, Kansas State University Manhattan, KS 66506-5506

http://www.tinmoi.vn/Su-hop-tac-giua-truong-dai-hoc-va-doanh-nghiep-0118224.html

Kaplan, Rochelle (1994), "Hiring Student Interns." Small Business Reports.

Kee Young KIM (2008), Business case writing. Bài giảng trong khổ dự án SPF (chưa xuất bản)

Layton, L. (1995), Internships benefit students and growers alike. GrowerTalks 59:76-81.

Nguyễn Minh Phong (2011), "Hợp tác giữa các trường đại học với doanh nghiệp-góc nhìn từ người trong cuộc" http://www.baomoi.com/Hop-tac-giua-cac-truong-dai-hoc-va-doanh-nghiep—Goc-nhin-tu-nguoi-trong-cuoc/146/7286513.epi

Nguyễn Trí Dũng (2011), Liên kết đại học- doanh nghiệp- Hóa giải nghịch lý: "Đào tạo nhiều, sử dụng chưa hiệu quả"

Trang web của Đại học Hải dương Tokyo http://www.kaiyodai.ac.jp/ http://www.kaiyodai.ac.jp/Japanese/collabo/index.html http://www.mtc.e.kaiyodai.ac.jp/outline.html

Trịnh Thị Hoa Mai (2008), Liên kết đào tạo giữa nhà trường đại học với doanh nghiệp ở Việt Nam. Tạp chí Khoa học ĐHQGHN, Kinh tế - Luật. Vol. 24 (2008), No 1 (E.L), P. 30-34

Key words: linkage,eduation and traning linkage, win-win strategy

Linkage model for university and enterprise

Abstract:

Creating linkage in education and training between university with socio-economic institutions is indispensable, especially in the process of international integration. Improvement of this link will create opportunities for students to quickly access to reality, improvement in teaching quality, qualified human resource to meet social need. Around the world, there are many sucessful linakage models between universities with enterprise and research institute. The success of those model indicates that appropriate mechanism and win-win strategy will be an important driving force for the linkage.

Thông tin tác giả:

**** Nguyễn Thị Minh Hiền,** PGS, TS*

- Đơn vị công tác: Khoa Kinh tế & PTNT, Trường Đại học nông nghiệp Hà Nội

- Lĩnh vực nghiên cứu chính: Kinh tế nông nghiệp, Hệ thống nông nghiệp, Kinh tế phát triển: Quản lý và sử dụng nguồn lực cho phát triển/cho PTNNNT; các vấn đề kinh tế xã hội trong phát triển (nghèo đói, bất bình đẳng, tiếp cận nguồn lực, giới, di cư...); Marketing nông nghiệp; Chuỗi ngành hàng nông sản, Quản lý dự án

- Một số Tạp chí tiêu biểu mà tác giả đã đăng tải công trình: Kinh tế và phát triển, Tạp chí của Khoa nông nghiệp, Đại học tổng hợp Kyushu, Nhật Bản; tạp chí Khoa học và phát triển (trường Đại học nông nghiệp Hà Nội), Tạp chí nông thôn

Email: nthiminhien@gmail.com

***** Đỗ Thanh Huyền,** Thạc sĩ*

- Đơn vị công tác: Khoa Kinh tế & PTNT, Trường Đại học nông nghiệp Hà Nội

- Lĩnh vực nghiên cứu chính: Kinh tế nông nghiệp, kinh tế phát triển: Quản lý và sử dụng nguồn lực cho phát triển kinh tế xã hội; các vấn đề kinh tế xã hội trong phát triển;

- Một số Tạp chí tiêu biểu mà tác giả đã đăng tải công trình: Kinh tế và phát triển, Tạp chí Khoa học và phát triển (trường Đại học nông nghiệp Hà Nội).