

# THỨC ĐẨY MỐI QUAN HỆ GIỮA TRƯỜNG ĐẠI HỌC VÀ DOANH NGHIỆP

● PHẠM THỊ QUỲNH NGA

## TÓM TẮT:

Bài viết nghiên cứu mối quan hệ hợp tác giữa doanh nghiệp và trường đại học. Trường đại học quan tâm đến việc áp dụng các nghiên cứu cơ bản vào thực tế, còn doanh nghiệp tìm kiếm các sản phẩm và dịch vụ mới dựa trên những khám phá khoa học độc đáo. Trường đại học là nơi đào tạo nhân lực, doanh nghiệp là nhà tuyển dụng nhân lực cho hoạt động kinh doanh của mình. Những vấn đề này trở thành động lực thúc đẩy mối quan hệ hợp tác giữa trường đại học và doanh nghiệp.

**Từ khóa:** hợp tác, trường đại học, doanh nghiệp.

## 1. Đặt vấn đề

Tầm quan trọng của mối quan hệ giữa trường đại học và doanh nghiệp đã đặt ra nhiều câu hỏi và ý kiến. Các trường đại học phát triển theo định hướng ứng dụng thì mối quan hệ với doanh nghiệp lại càng đặc biệt được chú trọng. Sự di chuyển tự do của các sản phẩm, dịch vụ, vốn và con người đã tạo điều kiện cho việc chuyển giao kiến thức nhanh chóng. Vì vậy, muốn khẳng định vị trí và vươn xa, trường đại học phải không ngừng tăng cường hợp tác và mở rộng quan hệ với doanh nghiệp, nhằm giúp cho tri thức được tạo ra phù hợp và vận dụng được vào thực tiễn.

Trong thời hiện đại, trường đại học không chỉ là nơi lưu giữ kiến thức, tập trung vào nghiên cứu cơ bản, mà còn phải thể hiện được hoạt động và vai trò đối với sự tiến bộ của xã hội. Sinh viên tốt nghiệp từ trường đại học phải đáp ứng các yêu cầu tuyển dụng và làm việc của doanh nghiệp. Hiện nay, có một thực trạng là các doanh nghiệp phải đào tạo lại sinh viên sau khi tốt nghiệp. Nguyên nhân chủ yếu bởi kiến thức sinh viên được truyền thụ bị lạc hậu so

với thực tế, mà các kiến thức thực tế thì luôn phong phú và biến chuyển thường xuyên.

Trước sự chuyển đổi không ngừng của nền kinh tế thị trường, trường đại học dần dần sẽ mất tính độc tôn trong việc tạo ra tri thức, mà có sự cạnh tranh trực tiếp từ các viện nghiên cứu độc lập, phòng nghiên cứu của công ty, cơ quan chính phủ hoặc các công ty tư vấn. Do đó, các trường đại học cần tạo ra kiến thức mới, có khả năng ứng dụng ngay, phù hợp với thị trường. Trường đại học cần quan tâm đến việc thương mại hóa càng nhiều càng tốt, hợp tác với doanh nghiệp và từng bước được định vị như một tổ chức sáng tạo tri thức đáp ứng nhu cầu của thị trường.

## 2. Xu hướng hợp tác giữa trường đại học và doanh nghiệp trên thế giới

Một là, hợp tác không chính thức: dành riêng cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ, những doanh nghiệp quan tâm đến khả năng tiếp cận nhanh chóng và linh hoạt với các thông tin kinh tế, đồng thời mở rộng quan hệ đối tác với các trường đại học.

*Hai là*, hợp tác chính thức: các công ty lớn thích hợp tác chính thức dưới hình thức liên doanh hoặc hợp đồng. Liên doanh có nghĩa là một số công ty thành lập một doanh nghiệp mới hợp tác với trường đại học. Nhược điểm của hình thức hợp tác này đến từ văn hóa tổ chức, chuẩn mực và giá trị của mỗi đối tác khác nhau, quy trình làm việc khác nhau và việc quyết định một thỏa thuận có thể tiêu tốn năng lượng và thời gian. Hợp tác chính thức theo hợp đồng nghiên cứu có thời gian ngắn đến trung bình; các giáo sư, nhóm nghiên cứu và nhân viên làm việc cùng hướng vào các mục tiêu chung. Ưu điểm của hợp đồng là chia sẻ rủi ro và chi phí, mức độ ảnh hưởng và vai trò của các đối tác chỉ giới hạn trong thời hạn hợp đồng.

Ngoài ra, trường hợp phổ biến, công ty đặt hàng một nghiên cứu và chi phí cũng thấp hơn nhiều. Điều quan trọng là công ty phải có khả năng xác định, đồng hóa và khai thác kiến thức thu được trong các dự án chung này (Ortiz, 2012).

Hợp tác giữa các trường đại học và doanh nghiệp mang lại sự phân chia chi phí cho nghiên cứu và phát triển, chi phí cho các nghiên cứu này thường rất cao. Vì vậy, việc đầu tư vào nguồn lực của doanh nghiệp đôi khi có thể không hiệu quả, trong khi khuyến khích hợp tác với một trường đại học với chi phí thấp hơn. Thêm vào đó, đối với một công ty rất khó để tập hợp tất cả các năng lực cần thiết vào một nơi, đồng thời, khi hợp tác với trường đại học là một phương thức an toàn hơn để nhận được đầu vào sáng tạo, để tiếp cận những khám phá mới nhất.

Tuy nhiên, việc hợp tác với trường đại học cũng có một số rủi ro: Mỗi bộ phận có hệ thống cấp bậc và bộ máy quản lý riêng, thông tin và sự phối hợp của dự án chung có thể bị ảnh hưởng tiêu cực bởi các thủ tục nội bộ cụ thể; Các trường đại học công được biết đến với các tiêu chuẩn và thủ tục phức tạp; Quyền sở hữu và thương mại hóa kết quả: Không có ranh giới và quy định khai thác kết quả một cách rõ ràng, có nguy cơ một bên sử dụng kết quả cho mục đích riêng của mình. Do đó, điều quan trọng là phải làm rõ trong hợp đồng các điều kiện hợp tác và sự cộng tác, sự đóng góp, trách nhiệm và quyền lợi của từng bộ phận (Urayera, 2010).

### **3. Cấp độ hợp tác giữa trường đại học và doanh nghiệp**

Cấp độ 1 là những thỏa thuận hợp tác được thể chế hóa cao, thường giống với các hợp đồng liên doanh hợp pháp. Trường đại học và một hoặc nhiều doanh nghiệp hợp tác đào tạo để cung cấp các bằng cấp cho người học.

Cấp độ 2 hoạt động ở cấp độ thấp hơn, chủ yếu là hợp tác các yếu tố khác nhau của chương trình giáo dục. Một thỏa thuận hợp tác chính thức, quy định các hoạt động thỏa thuận trong một khoảng thời gian xác định. Hầu hết liên quan đến việc phát triển hoặc nâng cao chương trình giảng dạy và phân phối chương trình giảng dạy.

Cấp độ 3 liên quan đến một khoa của trường đại học, hoặc chỉ một khóa học trong một khoa và các doanh nghiệp hợp tác với nhau. Bố trí sinh viên đến thực tế tại doanh nghiệp, hoặc sự tham gia của các chuyên gia bên ngoài vào các bài giảng.

### **4. Các hình thức hợp tác giữa trường đại học và doanh nghiệp**

*Một là*, sinh viên tham gia các chương trình trải nghiệm thực tế tại doanh nghiệp. Sinh viên được tiếp cận với giáo dục trải nghiệm cũng như tiếp xúc trực tiếp với các kiến thức thực tiễn. Sinh viên tham gia các chương trình thực tập viên tiềm năng giúp doanh nghiệp có cơ hội tiếp cận với những nhân viên có tiềm năng trong tương lai và thiết lập mối liên kết với họ trước khi tốt nghiệp.

*Hai là*, giảng viên tham gia các chương trình nghiên cứu hoặc dự án kết hợp giữa trường đại học và doanh nghiệp, có thể có thêm sự tham gia của các cơ quan nhà nước. Việc tham gia các dự án giúp giảng viên tiếp cận công nghệ, cơ sở vật chất tiên tiến và các kiến thức ngành trong thực tiễn. Nhờ đó, giảng viên hiểu rõ nhu cầu của ngành, giúp cho bài giảng trở nên phong phú và mặt khác, thu hút ngày càng nhiều quỹ nghiên cứu trong ngành.

*Ba là*, doanh nghiệp tài trợ cho các sự kiện nhằm hỗ trợ trường đại học phát triển các mục tiêu giáo dục. Doanh nghiệp tham gia vào quá trình đào tạo của trường đại học. Các chuyên gia có kinh nghiệm thực tế giảng dạy sẽ giúp cho sinh viên tiếp cận với nguồn tri thức thực tế. Đồng thời, giảng viên có thể đi thực tế tại doanh nghiệp nhằm cập nhật các kiến thức thực tế.

*Bốn là*, trường đại học thông qua các mối quan hệ hợp tác có thể phát triển học thuật bằng cách chia sẻ kiến thức cho nhân viên của doanh nghiệp thông qua tổ chức các khóa đào tạo, hoặc phối hợp tổ chức các hội thảo ngành. Doanh nghiệp tham gia quá trình xây dựng và cập nhật chương trình đào tạo của trường đại học nhằm giúp cho quá trình đào tạo theo sát với yêu cầu thực tiễn. Các môn học được thay đổi phù hợp với tình hình phát triển của nền kinh tế và nhu cầu của xã hội.

*Năm là*, trường đại học cung cấp nguồn nhân lực đạt chuẩn cho các doanh nghiệp. Doanh nghiệp tạo việc làm, môi trường kinh doanh phát triển mạnh hơn ở địa phương và tăng nguồn thu từ thuế cũng được coi là sự hợp tác hướng tới những lợi ích quan trọng đối với cộng đồng.

Để quá trình hợp tác đạt hiệu quả, trường đại học phải khai thác các khía cạnh tốt hơn, như: cơ sở hạ tầng (phòng ốc, trang thiết bị, khả năng tiếp cận cơ sở dữ liệu, kết quả từ các dự án khác), nhân sự chuyên môn (các giáo sư chuyên sâu về các lĩnh vực mà các nhà tư vấn chuyên nghiệp ít khi nghiên cứu), chất lượng dịch vụ. Trường đại học áp dụng tư duy chiến lược, đầu tư vào các lĩnh vực ưu tiên, đóng các chương trình học kém hiệu quả, xây dựng chương trình giảng dạy phù hợp với nhu cầu thị trường. Tương tự với các công ty, trường đại học cũng quan tâm đến hình ảnh và nhận thức rằng một thương hiệu mạnh sẽ thu hút những sinh viên, giáo sư và nhà nghiên cứu có triển vọng tốt nhất trong quá trình phát triển và khẳng định vị thế của mình. Thực tế, việc hợp tác với doanh nghiệp là một chỉ số cho khả năng cạnh tranh trên thị trường dịch vụ giáo dục, đào tạo và nghiên cứu. Sự thay đổi trong thái độ và tư duy chiến lược này buộc các trường đại học phải thay đổi nội bộ, các phòng ban mới được thành lập, nhằm mục đích quảng bá các hoạt động của trường đại học tới công chúng trong và ngoài nước.

### **5. Những lợi ích của hợp tác doanh nghiệp đối với trường đại học**

Việc hợp tác với doanh nghiệp trong các dự án nghiên cứu là cơ hội để thực hiện sứ mệnh thứ hai của các trường đại học, hay còn gọi là chức năng nghiên cứu. Cùng với sứ mệnh đầu tiên là giảng dạy, nghiên cứu thể hiện sự đóng góp của các trường đại học đối với sự thịnh vượng và phát triển

của xã hội. Đối với một công ty, nghiên cứu và phát triển là các hoạt động trên chuỗi giá trị và được thực hiện bởi một kế hoạch đầu tư, chúng mang lại lợi thế cạnh tranh. Trong khi ở các trường đại học, nghiên cứu xoay quanh hoạt động giảng dạy (trong nhiều trường hợp, các giảng viên có mô tả trong công việc của họ hoạt động giảng dạy và nghiên cứu), nó không cần thiết phải định hướng theo nhu cầu thị trường, dựa trên cơ sở khoa học hơn là nguyên tắc kinh tế.

Các trường đại học nhận được quyền đăng ký bằng sáng chế và cấp giấy phép dựa trên các dự án nghiên cứu của họ, bao gồm cả các dự án do nhà nước tài trợ, các giảng viên nhận được quyền trở thành cổ đông trong các công ty con (doanh nghiệp sử dụng ý tưởng kinh doanh hoặc công nghệ được phát triển trong các dự án nghiên cứu). Những chính sách này tạo điều kiện thuận lợi cho việc chuyển giao công nghệ giữa các trường đại học, doanh nghiệp và nhà nước, tạo động lực cho sự ra đời của các văn phòng chuyển giao công nghệ, quy định việc thương mại hóa nghiên cứu (ANCS, 2012).

Từ quan điểm chiến lược, trường đại học có các chức năng mới về quan hệ và hợp tác với các doanh nghiệp. Trường đại học áp dụng tư duy chiến lược, đầu tư vào các lĩnh vực ưu tiên, đóng các chương trình học kém hiệu quả, xây dựng chương trình giảng dạy phù hợp với nhu cầu thị trường. Tương tự với các công ty, trường đại học cũng quan tâm đến hình ảnh và nhận thức rằng một thương hiệu mạnh sẽ thu hút những sinh viên, giáo sư và nhà nghiên cứu có triển vọng tốt nhất trong quá trình phát triển và khẳng định vị thế của mình. Thực tế, việc hợp tác với doanh nghiệp là một chỉ số cho khả năng cạnh tranh trên thị trường dịch vụ giáo dục, đào tạo và nghiên cứu. Sự thay đổi trong thái độ và tư duy chiến lược này buộc các trường đại học phải thay đổi nội bộ, các phòng ban mới được thành lập nhằm mục đích quảng bá các hoạt động của trường đại học tới công chúng trong và ngoài nước.

Việc hợp tác với doanh nghiệp cũng bao gồm một loạt các lợi ích tài chính và vật chất. Quá trình thực hiện các dự án với doanh nghiệp, trường đại học ít áp lực hơn trong việc phân chia quỹ nghiên cứu; Thực hiện nghiên cứu tập trung vào các lĩnh vực mới mở ra, các giảng viên có khả năng thử nghiệm các kết quả, các phương pháp và kỹ thuật

mới. Tài chính là yếu tố quan trọng nhất, nhưng trên thực tế, các lợi ích khác cũng được nhấn mạnh, như uy tín, danh tiếng, đóng góp vào hoạt động của trường đại học.

Nội dung các môn học cập nhật kết quả nghiên cứu, xây dựng giáo trình mới, kinh nghiệm thực tế của sinh viên, luận văn cử nhân và thạc sĩ dựa trên nghiên cứu ứng dụng của sinh viên. Mặt khác, giảng viên có khả năng tìm hiểu các kiến thức thực tế, giúp cho quá trình giảng dạy phù hợp với thực tế. Ảnh hưởng lớn của doanh nghiệp đến trong việc phát triển và cung cấp chương trình giảng dạy. Những yêu cầu thực tế của thị trường lao động rất quan trọng trong quá trình hấp thụ kiến thức của sinh viên. Do đó, sự tham gia của các nhà quản lý công ty trong việc thiết kế các khóa học và mô-đun là cần thiết. Các trường đại học xây dựng chương trình học dựa trên các nghiên cứu về thị trường tuyển dụng để đáp ứng các yêu cầu việc làm cho sinh viên tốt nghiệp (Dobre và cộng sự, 2010).

Áp lực cạnh tranh trên tất cả các thị trường, bao gồm cả thị trường lao động. Do đó, các chương trình học tập cung cấp các kỹ năng, kiến thức mới để trường đại học có thể đào tạo sinh viên tốt nghiệp đáp ứng các yêu cầu của xã hội. Vị thế mới của trường đại học, thương mại hóa các kết quả và dịch vụ, mang lại nhu cầu về một nền giáo dục đổi mới. Hình thức hợp tác đại học - doanh nghiệp cuối cùng là quản trị. Các nhà quản lý là thành viên của ban quản trị trong trường đại học và ngược lại, các học giả tham gia vào quá trình ra quyết định của công ty.

Những lợi thế này góp phần vào hoạt động của trường đại học, mang lại cơ hội phát triển, nhưng cũng mở ra các thách thức trong việc đổi mới liên quan đến chức năng của trường đại học. Các chức năng chính của một trường đại học là giảng dạy và nghiên cứu. Tuy nhiên, do vai trò mới của các trường đại học trong xã hội, mối quan hệ đối tác với

doanh nghiệp và sự suy giảm của các quỹ công, các trường đại học phải đối mặt với thách thức thương mại hóa. Nhiệm vụ mới này rất phức tạp, có nhiều khía cạnh và đặt trường đại học vào những tình huống mới (Montesions và cộng sự, 2008). Bên cạnh những thuận lợi, việc hợp tác với doanh nghiệp cũng có thể bị ảnh hưởng bởi những mối đe dọa như thiếu nhân viên chuyên trách trong bộ phận tiếp thị hoặc văn phòng chuyển giao công nghệ, chi phí hành chính cao,... Đồng thời, nhà tài trợ bên ngoài có thể áp đặt các đề tài nghiên cứu đặc biệt, có thể hạn chế quyền tự do nghiên cứu, hoặc gây chảy máu chất xám, các giáo sư và nhà nghiên cứu chuyển sang làm việc trong khu vực tư nhân vì những ưu đãi hấp dẫn.

## **6. Kết luận**

Sự hợp tác giữa trường đại học và doanh nghiệp mang lại những lợi ích đã được công nhận nhưng cũng có nhiều rào cản. Các lợi ích đạt được là sinh viên cải thiện kinh nghiệm học tập và phát triển các kỹ năng cho việc làm trong tương lai, các công ty cải thiện hiệu quả kinh doanh của họ, cộng đồng có thể được hưởng lợi từ việc gia tăng việc làm, thu nhập khả dụng và ngành công nghiệp địa phương cạnh tranh. Trường đại học có thể đạt được các sứ mệnh khi các học giả nâng cao danh tiếng, mở rộng nghiên cứu và đóng góp vào hình ảnh và tiêu chuẩn của trường đại học. Bên cạnh đó, các rào cản hạn chế sự hợp tác giữa trường đại học và doanh nghiệp đó là kinh phí và các vấn đề khác như thiếu thông tin liên lạc, thời gian khác nhau, khó tìm đối tác phù hợp.

Tóm lại, hợp tác giữa trường đại học và doanh nghiệp là một yếu tố quan trọng trong chiến lược và sự phát triển của trường đại học. Các điều kiện khung, các yếu tố tình huống, con người, nguồn vốn sẵn có ảnh hưởng đến mối quan hệ hợp tác. Do đó, các trường đại học phải đưa vào chiến lược và kế hoạch của mình tất cả các khía cạnh để có thể thúc đẩy sự hợp tác này ■

## **TÀI LIỆU THAM KHẢO:**

### ***Tài liệu Tiếng Anh:***

1. Autoritatea Nationala pentru Cercetare Stiintifica - ANCS (2012). ANCS lanseaza programul de securi de inovare. Retrieved from: <http://www.ancs.ro/ro/articol/2797/despre-ancs-organizare-ancs-lanseaza-programul-de-securi-de-inovare>.

2. Dobre, M.H., Angelescu, C., Mosora, C.L. (2010). Labor market integration of higher education economic graduates. *The Annals of the University of Oradea* 19(1), 196-201
3. Montesinos, P., Carot, J.M., Martinez, J.M., Mora, F. (2008). Third Mission Ranking for World Class Universities: Beyond Teaching and Research. *Higher Education in Europe*, 33(2-3), 259-271
4. Ortiz, A. (2012). Kooperation zwischen Unternehmen und Universitäten. Wiesbaden: Springer Verlag.
5. Perkmann, M. and Walsh., K. (2008). Engaging the Scholar: Three Types of Academic Consulting and Their Impact on Universities and Industry. *Research Policy*, 37, 1884–1891
6. Urayaa, E. (2010). Conceptualizing the Regional Roles of Universities, Implications and Contradictions. *European Planning Studies*, 18(8), 1227-1246

**Tài liệu Tiếng Việt:**

1. Đinh Văn Toàn (2016). Hợp tác đại học - doanh nghiệp trên thế giới và một số gợi ý cho Việt Nam. *Tạp chí Khoa học Đại học Quốc gia Hà Nội: Kinh tế và Kinh doanh*, tập 32, số 4/2016.
2. Trần Văn Quyền, (2012). *Mô hình hợp tác giữa nhà trường và doanh nghiệp trong nghiên cứu khoa học, đào tạo và sử dụng nhân lực nhằm nâng cao năng lực tiếp cận thực tế*. Hội thảo khoa học Trường Đại học Lạc Hồng.
3. Đào Duy Huân (2018). *Kỷ yếu hội thảo khoa học: Đổi mới căn bản và toàn diện hoạt động đào tạo trong các trường đại học, cao đẳng*. Hiệp hội các trường đại học, cao đẳng Việt Nam tổ chức năm 2018. NXB. Đà Nẵng.

**Ngày nhận bài: 10/8/2021**

**Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 10/9/2021**

**Ngày chấp nhận đăng bài: 20/10/2021**

*Thông tin tác giả:*

**ThS. PHẠM THỊ QUỲNH NGA**

**Trường Đại học Tài chính - Marketing**

**PROMOTING THE UNIVERSITY  
- ENTERPRISE COOPERATION**

● **Master. PHAM THI QUYNH NGA**  
University of Finance and Marketing

**ABSTRACT:**

This paper studies the university - enterprise cooperation. In this cooperation, universities are interested in applying researches to practice while enterprises seek new products and services based on scientific breakthroughs. Universities also train human resources for enterprises. These interests are driving forces of the university - enterprise cooperation.

**Keywords:** cooperation, university, enterprise.