

Liên kết đào tạo giữa nhà trường đại học với doanh nghiệp ở Việt Nam

Trịnh Thị Hoa Mai*

*Khoa Tài chính - Ngân hàng, Trường Đại học Kinh tế,
Đại học Quốc gia Hà Nội, 144 Xuân Thủy, Cầu Giấy, Hà Nội, Việt Nam*

Nhận ngày 18 tháng 02 năm 2008

Tóm tắt. Liên kết đào tạo giữa nhà trường đại học và doanh nghiệp là nhu cầu khách quan xuất phát từ lợi ích của cả hai phía. Các doanh nghiệp sẽ đóng vai trò là những nhà cung cấp thông tin để các cơ sở đào tạo nắm được nhu cầu của thị trường lao động. Vì lợi ích của chính mình, hoạt động đào tạo của nhà trường đại học luôn hướng tới nhu cầu xã hội, trong đó có nhu cầu doanh nghiệp. Như vậy, các nhà trường đại học luôn có nhu cầu phải được gắn kết với doanh nghiệp. Mặt khác, nếu cơ sở đào tạo đảm bảo cung cấp những lao động đáp ứng đúng nhu cầu của doanh nghiệp, thì đối với doanh nghiệp đó là điều lý tưởng nhất. Được hợp tác với một cơ sở đào tạo đại học cũng là nhu cầu thiết thực của chính doanh nghiệp. Do đó, mối liên kết này vừa mang tính tất yếu, vừa mang tính khả thi cao trong việc đáp ứng lao động cho doanh nghiệp. Bài báo cũng đề xuất những giải pháp nhằm tạo nên mối liên kết chặt chẽ giữa nhà trường và các doanh nghiệp trong nền kinh tế. Những giải pháp đó liên quan đến cả nhà trường, doanh nghiệp và Bộ Giáo dục và Đào tạo.

Các doanh nghiệp là tế bào quan trọng của nền kinh tế. Sự lớn mạnh của các doanh nghiệp quyết định sự tăng trưởng bền vững của nền kinh tế. Hoạt động trong môi trường hội nhập ngày càng sâu rộng hiện nay, các doanh nghiệp Việt Nam đứng trước nhiều thách thức. Một trong những khó khăn mà nhiều doanh nghiệp đang gặp phải là thiếu đội ngũ lao động có trình độ, có khả năng đáp ứng yêu cầu phát triển trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế và khu vực. Có thể nói, trình độ học vấn của cả người lao động và chủ doanh nghiệp hiện nay còn rất thấp. Trong số hơn 25% lao động có chuyên môn

thì cũng chỉ có khoảng 6% lao động có trình độ cao đẳng và đại học. Chủ doanh nghiệp có trình độ đại học cũng chỉ khoảng 2%. Về cơ bản, đội ngũ này mới được hình thành những năm 90, còn thiếu kinh nghiệm về nhiều mặt, từ kỹ năng quản lý đến hiểu biết về công nghệ và thị trường [1,2]. Đây là một lực cản mà tất cả các doanh nghiệp đều gặp và cần phải quyết tâm vượt qua vì sự tồn tại của bộ phận doanh nghiệp này trong điều kiện hội nhập hiện nay. Có nhiều con đường để tháo gỡ khó khăn trên, trong bài nghiên cứu này tác giả tập trung bàn về vai trò của các trường đại học trong việc cung ứng lao động đáp ứng yêu cầu của các doanh nghiệp trong điều kiện của Việt Nam hiện nay.

* ĐT: 84-4-7547506

E-mail: hmai0603@yahoo.com

1. Nhu cầu liên kết giữa nhà trường và doanh nghiệp

Với tư cách là nơi đào tạo chuyên gia đáp ứng nhu cầu nhân lực cho nền kinh tế, các trường đại học có vai trò đặc biệt quan trọng trong việc cung ứng nguồn lao động chất lượng cao cho doanh nghiệp. Nhưng điều cần phải nhấn mạnh ở đây là mối liên kết giữa các cơ sở đào tạo đại học với doanh nghiệp không mang tính hỗ trợ từ phía này đối với phía kia, mà là một sự cần thiết khách quan vì sự tồn tại và phát triển bền vững chung, bởi tiến trình này đem lại lợi ích cho cả doanh nghiệp và nhà trường.

Thứ nhất, về phía nhà trường đại học. Hoạt động trong cơ chế thị trường, các cơ sở đào tạo phải tuân thủ một nguyên tắc chung là sản phẩm đào tạo của nhà trường phải đáp ứng nhu cầu của thị trường lao động rất đa dạng và đầy biến động. Phép thử cho việc tuân thủ nguyên tắc đó chính là sự tiếp nhận của thị trường đối với những sinh viên tốt nghiệp (tất nhiên nhu cầu của thị trường không chỉ được xem xét trong ngắn hạn, mà còn gắn liền với chiến lược phát triển của dài hạn của nền kinh tế). Rõ ràng, không thể đánh giá một cơ sở đào tạo là vững mạnh, có triển vọng, khi mà số lượng sinh viên tốt nghiệp của nhà trường vẫn bị thất nghiệp ngày càng nhiều. Để có thể cung ứng cho thị trường những lao động có chất lượng cao, đáp ứng nhu cầu của các nhà tuyển dụng, nhà trường cần phải nắm bắt nhu cầu của doanh nghiệp nói riêng, của nền kinh tế nói chung. Chính ở đây, các doanh nghiệp sẽ đóng vai trò là những nhà cung cấp thông tin để các cơ sở đào tạo nắm được nhu cầu lao động mà thị trường cần. Do vậy, vì lợi ích của chính mình, hoạt động đào tạo của nhà trường đại học luôn hướng tới nhu cầu xã hội nói chung, hướng tới nhu cầu doanh nghiệp nói riêng, như vậy, các nhà trường đại học

luôn có nhu cầu phải được gắn kết với doanh nghiệp [3].

Thứ hai, về phía doanh nghiệp. Để có đủ đội ngũ lao động thực hiện các chiến lược kinh doanh của mình, các doanh nghiệp phải chủ động tìm kiếm lao động trên thị trường. Con đường chung mà các doanh nghiệp vẫn thực hiện là tuyển dụng lao động qua các Hội chợ việc làm. Bên cạnh những mặt tích cực không thể phủ nhận, việc tổ chức Hội chợ việc làm, về cơ bản, vẫn là con đường để đáp ứng nhu cầu lao động cho doanh nghiệp một cách thụ động. Thực tế qua các Hội chợ việc làm được tổ chức gần đây cho thấy, mặc dù được tuyển chọn lao động trong điều kiện thị trường đầy ắp các cử nhân đang khát khao tìm việc, song hầu hết các doanh nghiệp đều không phải dễ dàng tìm được những lao động phù hợp cho mình. Và nếu có tuyển dụng được thì doanh nghiệp cũng còn phải đầu tư thêm thời gian, kinh phí để đào tạo lại đội ngũ này cho phù hợp với yêu cầu chuyên môn của doanh nghiệp [4]. Trong điều kiện đó, nếu có một cơ sở đào tạo đảm bảo cung cấp những sản phẩm đào tạo của mình đáp ứng đúng nhu cầu của doanh nghiệp, thì đối với doanh nghiệp đó là điều lý tưởng nhất. Chính vì vậy, được hợp tác với một cơ sở đào tạo đại học thực sự cũng là nhu cầu thiết thực của chính doanh nghiệp.

Như vậy, liên kết đào tạo giữa nhà trường đại học và doanh nghiệp ở Việt Nam là nhu cầu khách quan xuất phát từ lợi ích của cả hai phía. Mối liên kết này vừa mang tính tất yếu, vừa mang tính khả thi cao trong việc đáp ứng lao động cho doanh nghiệp.

Vậy tại sao trong thực tế cho đến nay mối liên kết này vẫn chưa được tạo ra? Liên kết lỏng lẻo, mang tính đối phó, chắp vá giữa doanh nghiệp và cơ sở đào tạo đang trở thành lực cản các trường đại học trong lộ trình nâng cao chất lượng đào tạo, đồng thời góp phần làm khó khăn thêm cho các doanh nghiệp trong việc nâng cao năng lực cạnh tranh hiện nay. Thực tế này xuất phát từ

nhận thức chưa đúng về nhu cầu và khả năng liên kết giữa nhà trường và doanh nghiệp. Điều này thể hiện trên các mặt:

- Các cơ sở đào tạo thường không quan tâm nhiều đến thực trạng việc làm của sinh viên sau khi tốt nghiệp. Sinh viên của trường sau khi tốt nghiệp có tìm được việc làm hay không, việc làm đó có đúng với chuyên môn được đào tạo không. Đường như không phải là những vấn đề thuộc trách nhiệm của nhà trường. Mỗi giáo viên, những người trực tiếp làm công tác đào tạo thường coi đó là việc của lãnh đạo. Lãnh đạo cấp Khoa thì coi đó là trách nhiệm của lãnh đạo cấp Trường, và cuối cùng ai cũng cho rằng đó là việc của Nhà nước. Quan trọng hơn, hiện đang tồn tại một cơ chế mà, một mặt, vẫn nuôi dưỡng nhận thức chưa đúng và mặt khác, ngày càng làm mai một nhận thức tích cực về nhu cầu và khả năng liên kết giữa nhà trường và doanh nghiệp. Đó là sự tách rời giữa khả năng tiếp nhận sản phẩm đào tạo của nhà trường từ thị trường và sự lớn mạnh của nhà trường, sự gia tăng thu nhập của từng thầy, cô giáo. Thương hiệu của một cơ sở đào tạo đường như được xây dựng từ những thành tích trong quá khứ, gắn với tên tuổi của những nhà khoa học nổi tiếng, chứ không phải bằng sự đóng góp hiện tại của nhà trường về cung cấp nguồn nhân lực đáp ứng nhu cầu phát triển của nền kinh tế. Mặc dù, việc tuân thủ nguyên tắc nhân quả trong quan hệ này là hết sức khó khăn, không dễ được thừa nhận. Nhưng cũng đã đến lúc phải mạnh dạn chấp nhận tính phụ thuộc của quan hệ này. Chỉ khi nào sự tồn tại và lớn mạnh của các cơ sở đào tạo thực sự phụ thuộc vào việc tiếp nhận của thị trường lao động, trong đó có các doanh nghiệp, đối với sản phẩm mà họ cung ứng thì mới nảy sinh và nuôi dưỡng một nhận thức đúng đắn rằng, sản phẩm đào tạo của nhà trường phải đáp ứng nhu cầu xã hội, của doanh nghiệp. Cơ sở đào

tạo phải gắn với doanh nghiệp. Đó không phải là quan hệ hỗ trợ, mà là vì sự sống còn của nhà trường trong nền kinh tế thị trường cạnh tranh và biến động.

2. Đề xuất một số giải pháp cụ thể

2.1. Về phía các cơ sở đào tạo và doanh nghiệp

a) Các cơ sở đào tạo cần có cơ chế để các chủ doanh nghiệp được tham gia vào quá trình biên soạn chương trình đào tạo sinh viên, thông qua các Hội nghị cộng tác viên, các seminar khoa học. Thực tế cho thấy, đây là cách thức rất hiệu quả để các nhà đào tạo nắm được những kiến thức chuyên môn, cũng như những tư chất mà doanh nghiệp rất cần đến ở những sinh viên tốt nghiệp. Hiện nay, chỉ đạo điều chỉnh Chương trình khung của Bộ Giáo dục và Đào tạo có những điểm tích cực, thể hiện rõ quan điểm mở rộng tính tự chủ, linh hoạt của các cơ sở đào tạo. Phần cứng các học phần do Bộ quy định chỉ chiếm khoảng 30%. Như vậy, phần lớn nội dung của Chương trình đào tạo là do các cơ sở đào tạo tự xây dựng. Thực tế cũng cho thấy, phương pháp này rất hiệu quả, rất khả thi, các doanh nghiệp cũng rất nhiệt tình hưởng ứng. Vấn đề chỉ phụ thuộc vào ý thức cầu thị của chính cơ sở đào tạo đại học mà thôi.

b) Thường xuyên điều chỉnh chương trình đào tạo cho phù hợp. Đây cũng thể hiện quan điểm chỉ đạo của Bộ. Một chương trình đào tạo Cử nhân kinh tế chỉ nên ổn định trong khoảng 4 - 5 năm. Sự điều chỉnh chương trình hợp lý, kịp thời sẽ giúp các cơ sở đào tạo có được những sản phẩm cập nhật hơn, hiện đại hơn, thích ứng hơn với quá trình đổi mới công nghệ, nâng cao năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp trong nền kinh tế thị trường. Chương trình đào tạo của các Trường đại học cần phải có độ linh hoạt cao để nâng cao tính tự chủ, tính khác biệt và

tính thích ứng của chương trình đào tạo của mỗi cơ sở đào tạo.

c) Tạo cơ chế để những cựu sinh viên đang làm việc tại doanh nghiệp có liên hệ thường xuyên với chính cơ sở đào tạo họ, có thể thông qua tọa đàm trao đổi kinh nghiệm. Đây là con đường rất hiệu quả, rất thiết thực cho cả nhà trường và doanh nghiệp. Cách thức này trong thực tế vẫn còn ít được các nhà trường quan tâm. Nhưng nó hoàn toàn thực hiện được nếu được các cơ sở đào tạo đưa vào nội dung hoạt động của mình như là các seminar khoa học với chủ đề cụ thể phù hợp.

d) Tăng cường cho sinh viên tiếp cận doanh nghiệp từ khi còn đang được đào tạo trong nhà trường thông qua các đợt thực tập thực tế. Sinh viên rất hồ hởi đón nhận các đợt thực tập thực tế ngay cả khi họ phải đóng thêm kinh phí. Thời gian gần đây các cơ sở đào tạo cũng có chú ý đến con đường này. Song, phương thức này vẫn còn mang tính hình thức, nặng về giúp các cơ sở đào tạo giải ngân khoản kinh phí cho thực tập thực tế của sinh viên. Thực tế cũng thấy, lý do chính làm các đợt thực tập thực tế của sinh viên chưa có hiệu quả cao lại thường xuất phát từ sự thiếu nhiệt tình của các doanh nghiệp, nơi mà sinh viên đến thực tập. Thái độ trên của doanh nghiệp cũng là dễ hiểu, khi mà doanh nghiệp không tìm thấy lợi ích của mình từ những đợt đi thực tập thực tế của sinh viên. Các cơ sở đào tạo không thể chỉ dựa vào ý thức trách nhiệm của doanh nghiệp đối với thế hệ tương lai. Khi các chương trình đi thực tế của sinh viên thực sự mang lại lợi ích cho doanh nghiệp, hiệu quả của các đợt thực tập thực tế sẽ cao hơn rất nhiều. Đây là vướng mắc mà phải chính các doanh nghiệp chủ động đề xuất giải pháp cùng giải quyết với nhà trường.

e) Các doanh nghiệp có thể tham gia Hội đồng chấm khóa luận tốt nghiệp, tham gia giảng dạy một số học phần hoặc chuyên đề phù hợp với năng lực và thế mạnh của mình.

Thực tế cho thấy, những nhà quản lý doanh nghiệp hoàn toàn có thể trở thành những cộng tác viên tin cậy và có chất lượng cho các cơ sở đào tạo. Giải pháp này được triển khai đến đâu phụ thuộc phần lớn vào quan điểm của các cơ sở đào tạo.

f) Thành lập Trung tâm Nghiên cứu và đào tạo phục vụ doanh nghiệp ngay trong các trường đại học với sự phối hợp hoạt động của cả nhà trường và doanh nghiệp. Chương trình đào tạo, hình thức đào tạo, đối tượng đào tạo là kết quả bàn bạc giữa nhà trường và doanh nghiệp. Cũng có thể theo mô hình hệ thống đào tạo song trùng: Người lao động của doanh nghiệp vừa làm việc tại doanh nghiệp, vừa có 1 - 2 ngày trong một tuần được học lý thuyết tại các trường đại học.

g) Tổ chức các Hội nghị giao lưu doanh nghiệp và sinh viên. Những buổi giao lưu này thường mang tính ngoại khóa, không chiếm vào quỹ thời gian đào tạo, vì thế rất khả thi. Thực tế cho thấy, sinh viên đánh giá rất cao hoạt động này. Những đánh giá, những lời khuyên của nhà kinh doanh có tác động giáo dục rất rõ rệt đối với sinh viên. Những doanh nhân thành đạt thực sự là những mẫu người mà sinh viên mơ ước và phấn đấu noi theo.

h) Một số hoạt động mang tính động viên hỗ trợ. Chẳng hạn doanh nghiệp ký Hợp đồng tuyển dụng với một số sinh viên hiện đang học với những điều kiện cụ thể; doanh nghiệp có thể tài trợ kinh phí cho sinh viên học xuất sắc; doanh nghiệp phối hợp với Nhà trường tổ chức các cuộc thi theo những chủ đề nhất định, nhằm phát hiện năng lực của sinh viên vì mục đích phát triển doanh nghiệp, v.v...

Các con đường phối hợp giữa cơ sở đào tạo nêu trên nên được thực hiện ở cấp Khoa, vì các Khoa có những đặc thù đào tạo riêng. Cấp trường chỉ thực hiện sự ủng hộ, chỉ đạo theo những nguyên tắc chung và hỗ trợ bước đầu.

2.2. Về phía Bộ Giáo dục và Đào tạo

Để các hoạt động của nhà trường đại học và doanh nghiệp đạt được hiệu quả cao, sự hỗ trợ của Bộ Giáo dục và Đào tạo là rất cần thiết. Bộ cần tạo ra sự thống nhất trong nhận thức về quan hệ giữa Nhà trường đại học và doanh nghiệp bằng việc ban hành các quy định chung. Trên cơ sở đó, các cơ sở đào tạo sẽ cụ thể hoá và tìm kiếm những con đường riêng phù hợp với đặc thù đào tạo của nhà trường.

Tài liệu tham khảo

- [1] Báo cáo phát triển doanh nghiệp vừa và nhỏ giai đoạn 2006 - 2010, Bộ kế hoạch và Đầu tư, <http://business.gov.vn>
- [2] Kỳ yếu hội thảo quốc gia, *Thương mại Việt Nam trong tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế*, NXB Thống kê, 2003.
- [3] Trịnh Thị Hoa Mai, *Kinh tế tư nhân Việt Nam trong tiến trình hội nhập*, NXB Thế giới, Hà Nội, 2005.
- [4] *Vai trò của doanh nghiệp vừa và nhỏ trong nền kinh tế, Kinh nghiệm trong nước và quốc tế*, Kỳ yếu hội thảo khoa học, NXB Thế giới, Hà Nội, 2005.

Education association between universities and enterprises in Vietnam

Trịnh Thị Hoa Mai

*Faculty of Finance and Banking, College of Economics,
Vietnam National University, Hanoi, 144 Xuan Thuy, Cau Giay, Hanoi, Vietnam*

Education association between universities and enterprises is an objective demand resulted from both sides. The role-play of Enterprises is to provide information to help universities catch the demand of market on labour force. Universities always stand in need of coordinating with enterprises for their own benefit. On the other hand, it is most ideal for enterprises if there is a training agent which can provide labour meeting their demand. To associate with universities is also practical demand of enterprises themselves. Therefore, association between enterprises and universities contains indispensability as well as high feasibility. The article also proposes certain solutions to make close coordination between enterprises and universities. Those solutions relate to universities, enterprises and the Ministry of Education and Training as well.