

**MỐI LIÊN KẾT GIỮA DOANH NGHIỆP VÀ TRƯỜNG ĐẠI HỌC: SO SÁNH NGHIÊN CỨU
TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH VÀ TỈNH LÂM ĐỒNG**

**THE LINKAGE BETWEEN ENTERPRISES AND UNIVERSITIES: COMPARE THE RESULT
BETWEEN HO CHI MINH CITY AND LAM DONG PROVINCE**

Nguyễn Thị Thu Hằng

Trường Đại Học Bách Khoa, ĐHQG-HCM, ntthang@hcmut.edu.vn

Đỗ Thụy Thùy Dung

Trường Đại Học Đà Lạt, dungdtt@dlu.edu.vn

TÓM TẮT

Mục tiêu nghiên cứu của bài báo này là phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến mối liên kết giữa doanh nghiệp và trường đại học, so sánh kết quả nghiên cứu tại thành phố Hồ Chí Minh và tỉnh Lâm Đồng dựa trên quan điểm của các nhà doanh nghiệp. Mối liên kết này được xác định có sự ảnh hưởng của bốn nhóm nhân tố. Trong đó hai nhóm nhân tố tác động tích cực cho sự phát triển quan hệ hợp tác là nhân tố hoàn cảnh và nhân tố tổ chức. Hai nhóm còn lại là khác biệt về đặc điểm hoạt động và nhận thức của doanh nghiệp về trường gây cản trở, kìm hãm sự hợp tác của hai tổ chức. Kết quả nghiên cứu về cơ bản sẽ giúp cho các doanh nghiệp tại thành phố Hồ Chí Minh và tỉnh Lâm Đồng khi có ý định thực hiện hợp tác với trường sẽ xác định được mức độ ảnh hưởng của từng nhân tố đến từng liên kết cụ thể, từ đó xây dựng kế hoạch, chiến lược liên kết cho phù hợp với doanh nghiệp.

Từ khóa: doanh nghiệp, mối liên kết, trường đại học.

ABSTRACT

This thesis's purpose is to deep dive into the determinants of enterprises -universities linkage, to compare and contrast the results between Ho Chi Minh City and Lam Dong Province from enterprises' perspective. Four factor groups were identified. The two supportive factor groups are the context and the organization factors. The other two - inhibitive factor groups, which are negatively correlated to the linkage, were the difference factors of activities and the factors of enterprises perception about the universities. Basically this research's results would support companies who wish to partner with universities to identify the determinants' significance, consequently to construct suitable strategic linkage plans.

Keyword: enterprise, linkage, university.

1. GIỚI THIỆU

Trong nền kinh tế tri thức hiện nay, yếu tố quyết định thành công của một doanh nghiệp ngày càng dựa vào kiến thức và sự đổi mới. Môi trường kinh doanh thay đổi một cách nhanh chóng, kiến thức trở thành nguồn tài nguyên chiến lược để các doanh nghiệp đạt được lợi thế cạnh tranh bền vững. Sự đổi mới từ cơ bản đến nâng cao của doanh nghiệp hầu hết bắt nguồn từ nguồn kiến thức khoa học của các cơ sở giáo dục và tổ chức nghiên cứu. Sự kết nối với các nguồn kiến thức bên ngoài, đặc biệt là từ các nhà khoa học của các trường đại học, cung cấp nhiều lợi ích trong việc tiếp cận và khai thác tri thức cho doanh nghiệp.

Nhiều doanh nghiệp và trường nhận ra rằng họ càng phụ thuộc lẫn nhau về nguồn lực thì khả năng thiết lập mối quan hệ giữa họ càng cao [11]. Từ quan hệ hợp tác này hình thành nên nhiều dự án chuyển giao công nghệ, tri thức và phương thức hợp tác. Việc chuyển giao kiến thức từ trường cho doanh nghiệp trở thành chiến lược quan trọng trong nhiều khía cạnh: nó đại diện cho nguồn tài trợ các nghiên cứu của nhà trường, nguồn sáng tạo của doanh nghiệp, góp phần vào sự đổi mới trong nhiều ngành công nghiệp và là nguồn phát triển kinh tế cho các nhà hoạch định chính sách [2; 8; 18].

Yếu tố quyết định thành công trong hợp tác giữa doanh nghiệp và trường là cả hai bên cùng có lợi. Tuy nhiên sự hiểu biết lẫn nhau để thực hiện nguyên tắc cùng có lợi của hai đối tác này còn hạn chế. Doanh nghiệp là tổ chức lợi nhuận, do đó họ phải thấy rõ được lợi ích thiết thực khi đầu tư thời gian, ngân sách, nguồn lực để hợp tác với trường. Để hai tổ chức này gắn kết được với nhau vẫn là câu hỏi cần lời giải đáp [17]. Mỗi

quan hệ hợp tác giữa trường và doanh nghiệp đang chịu ảnh hưởng của nhiều nhân tố trong đó có nhận thức về lợi ích của sự hợp tác, cũng như rào cản và động lực khi thực hiện liên kết. Rõ ràng để đẩy mạnh, mở rộng và nâng cao quan hệ hợp tác này, điều trọng yếu cần quan tâm đó là xem xét những nhân tố này để từ đó xây dựng chiến lược phù hợp, hoạt động cụ thể với từng bối cảnh [16]. Xuất phát từ các nhận định trên, mục tiêu nghiên cứu của bài báo này là xác định các nhân tố ảnh hưởng đến mối quan hệ doanh nghiệp và trường đại học, đồng thời so sánh kết quả nghiên cứu tại thành phố Hồ Chí Minh (Tp. HCM) và tỉnh Lâm Đồng dựa trên quan điểm của các doanh nghiệp.

2. CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

2.1. Cơ sở lý thuyết

Những nhân tố ảnh hưởng đến mối liên kết giữa doanh nghiệp và trường đại học: được xác định có sự ảnh hưởng của bốn nhóm nhân tố. Trong đó hai nhóm nhân tố tác động tích cực đến mối quan hệ là nhân tố hoàn cảnh và nhân tố tổ chức. Hai nhóm còn lại là khác biệt về đặc điểm hoạt động [5; 15] và nhận thức của doanh nghiệp về trường ảnh hưởng tiêu cực, gây cản trở liên kết của hai tổ chức [3; 15; 17]. Nhóm nhân tố hoàn cảnh bao gồm các nhân tố thành phần: mối quan hệ sẵn có giữa hai bên [2; 10], việc xác định mục tiêu rõ ràng [1], khả năng/năng lực từng bên khi tham gia vào hợp tác [2; 6]. Nhóm nhân tố liên quan đến tổ chức bao gồm cam kết [1], cơ chế truyền thông [9; 13], sự tin tưởng [14] và sự phụ thuộc lẫn nhau [7].

Hình thức liên kết: Ba phương thức liên kết giữa nhà trường và doanh nghiệp có thể được xác định, tương ứng với ba nhiệm vụ rõ ràng bao

gồm hoạt động liên quan đến đào tạo và giáo dục, hoạt động cung cấp dịch vụ và tư vấn và hoạt động nghiên cứu [4; 8].

Kết quả đạt được từ mối quan hệ hợp tác doanh nghiệp – nhà trường [2; 12; 16]:

Lợi ích cho doanh nghiệp: có nguồn nhân lực được đào tạo tốt, tiết kiệm được thời gian, chi phí trong quá trình đào tạo do đã “đặt hàng” với nhà trường để có được các cán bộ phù hợp với chuyên môn, nhu cầu phát triển của doanh nghiệp; tạo ra sản phẩm mới, dịch vụ mới cải thiện hiệu suất kinh doanh, từ đó tạo thu nhập tốt hơn cho nhân viên và nâng cao doanh thu cho doanh nghiệp. Sự chuyển giao công nghệ góp phần tăng khả năng khám phá các vật liệu mới, ứng dụng phát minh, sáng chế vào trong sản xuất và các dịch vụ tư vấn.

Lợi ích cho trường: tăng cường hoạt động nghiên cứu nhờ có các nguồn ngân sách bổ sung, giảm ngân sách công, tiếp cận với kiến thức trong thực tế, tích hợp thông tin vào hệ thống giáo dục như “dữ liệu nghiên cứu”, tạo ra thu nhập nhờ chuyển giao công nghệ. Dựa vào chiến lược phát triển của doanh nghiệp, nhà trường sẽ dự báo được nhu cầu về số lượng, loại lao động cần thiết, để có chương trình đào tạo hợp lý.

Lợi ích cho giảng viên, nghiên cứu viên: tăng cường uy tín học thuật trong lĩnh vực chuyên môn, có thêm nguồn tài chính cho nghiên cứu, tăng cường cơ hội xúc tiến việc làm, nâng cao vị thế bản thân trong nhà trường. Tham gia học tập với các tổ chức bên ngoài như doanh nghiệp, các nhà nghiên cứu có thể đi đúng với trọng tâm nghiên cứu đáp ứng nhu cầu thực tế, tăng khả năng hỗ trợ công việc trong tương lai và thương mại hóa kết quả.

Lợi ích cho sinh viên: có điều kiện tiếp xúc

với môi trường thực tế, nâng cao kinh nghiệm học tập, phát triển các kỹ năng mềm, cải thiện việc làm của sinh viên sau khi tốt nghiệp, có các nguồn hỗ trợ học bổng.

Lợi ích cho xã hội: tăng cường việc làm và mang lại lợi ích cho ngành công nghiệp địa phương, tăng GDP và nâng cao năng suất trong khu vực.

2.2. Mô hình nghiên cứu và các giả thuyết

Trên cơ sở lý thuyết, mô hình nghiên cứu (hình 1) và 15 giả thuyết được đưa ra để kiểm định như sau:

H1: Nhân tố hoàn cảnh ảnh hưởng tích cực lên liên kết giữa doanh nghiệp và trường trong giáo dục/đào tạo.

H2: Nhân tố hoàn cảnh ảnh hưởng tích cực lên liên kết giữa doanh nghiệp và trường trong dịch vụ/tư vấn.

H3: Nhân tố hoàn cảnh ảnh hưởng tích cực lên liên kết giữa doanh nghiệp và trường trong nghiên cứu.

H4: Nhân tố tổ chức ảnh hưởng tích cực lên liên kết giữa doanh nghiệp và trường trong giáo dục/đào tạo.

H5: Nhân tố tổ chức ảnh hưởng tích cực lên liên kết giữa doanh nghiệp và trường trong dịch vụ/tư vấn.

H6: Nhân tố tổ chức ảnh hưởng tích cực lên liên kết giữa doanh nghiệp và trường trong nghiên cứu.

H7: Khác biệt về đặc điểm hoạt động của doanh nghiệp ảnh hưởng tiêu cực lên liên kết giữa doanh nghiệp và trường trong giáo dục/đào tạo.

H8: Khác biệt về đặc điểm hoạt động của doanh nghiệp ảnh hưởng tiêu cực lên liên kết giữa doanh nghiệp và trường trong dịch vụ/tư vấn.

H9: Khác biệt về đặc điểm hoạt động của doanh nghiệp ảnh hưởng tiêu cực lên liên kết giữa doanh nghiệp và trường trong nghiên cứu.

H10: Nhận thức của doanh nghiệp về trường ảnh hưởng tiêu cực lên liên kết giữa doanh nghiệp và trường trong giáo dục/đào tạo.

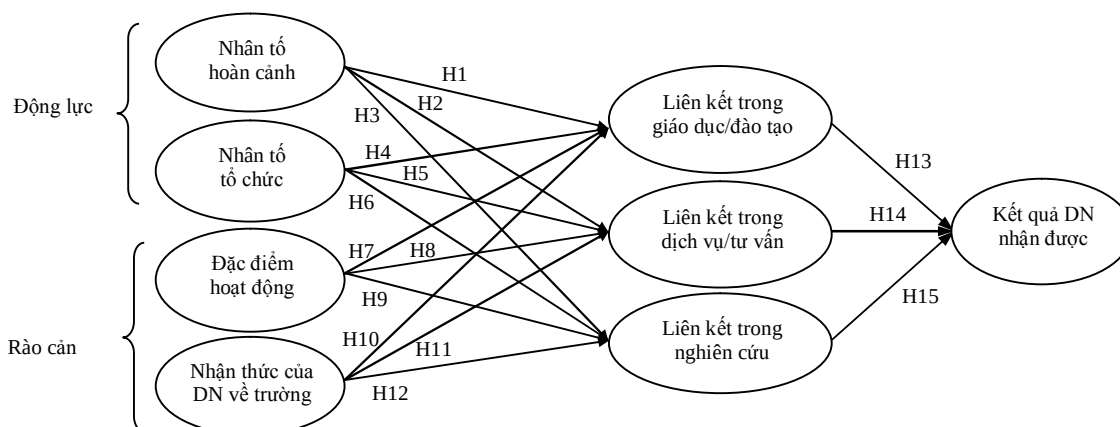
H11: Nhận thức của doanh nghiệp về trường ảnh hưởng tiêu cực lên liên kết giữa doanh nghiệp và trường trong dịch vụ/tư vấn.

H12: Nhận thức của doanh nghiệp về trường ảnh hưởng tiêu cực lên liên kết giữa doanh nghiệp và trường trong nghiên cứu.

H13: Liên kết trong giáo dục/đào tạo giữa doanh nghiệp và nhà trường càng cao, kết quả nhận được của doanh nghiệp càng cao.

H14: Liên kết trong dịch vụ/tư vấn giữa doanh nghiệp và nhà trường càng cao, kết quả nhận được của doanh nghiệp càng cao.

H15: Liên kết trong hoạt động nghiên cứu giữa doanh nghiệp và nhà trường càng cao, kết quả nhận được của doanh nghiệp càng cao.



Hình 1. Mô hình nghiên cứu mối quan hệ giữa doanh nghiệp và nhà trường

2.3. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu này bao gồm hai bước chính, nghiên cứu sơ bộ và nghiên cứu chính thức. Nghiên cứu sơ bộ sử dụng phương pháp định tính và nghiên cứu chính thức sử dụng phương pháp định lượng.

Nghiên cứu định tính

Tại Tp. HCM, phương pháp định tính qua kỹ thuật thảo luận nhóm được thực hiện với một số nhà quản lý nhà nước hiện đang công tác tại

ngành giáo dục đào tạo, sở kế hoạch đầu tư (phụ trách khối doanh nghiệp), một số nhà quản lý doanh nghiệp. Các doanh nghiệp cho rằng cần bổ sung thêm một số thông tin làm giảm liên kết với trường liên quan đến đặc điểm hoạt động của doanh nghiệp, đó chính là: (1) Doanh nghiệp chưa nhận thức được nguồn nhân lực chất lượng cao là vấn đề quyết định tạo ưu thế cho doanh nghiệp; (2) Doanh nghiệp chưa nhận thức được cạnh tranh hiện nay phải dựa vào công nghệ mà chỉ dựa trên lao động rẻ, thị trường khai thác rẻ và (3) Doanh nghiệp Việt Nam hiện nay không

sản xuất sản phẩm sau cùng, không thiết kế sản phẩm mà thường sản xuất nguyên liệu đầu vào, làm trung gian trong quá trình sản xuất.

Tại Lâm Đồng, nghiên cứu dùng phương pháp phỏng vấn sâu với một số lãnh đạo doanh nghiệp và một số lãnh đạo các trường đại học để tìm hiểu quan điểm, lấy ý kiến đóng góp. Lãnh đạo các doanh nghiệp tại Lâm Đồng bổ sung thêm thông tin về hình thức liên kết trong cung cấp dịch vụ/tư vấn đó là (1) Doanh nghiệp tư vấn hướng nghiệp, giới thiệu việc làm cho sinh viên, và thêm thông tin trong nhận thức của doanh nghiệp về trường là (2) Trường ít quan tâm đến thực trạng việc làm của sinh viên sau khi tốt nghiệp.

Nghiên cứu định lượng

Nghiên cứu chính thức được thực hiện tại Tp. HCM tại các doanh nghiệp qua thăm dò bằng câu hỏi bằng cách đi điều tra trực tiếp, qua chi cục thuế của quận và học viên các lớp học lý luận chính trị cao cấp của Học viện Chính trị Quốc gia. Kết quả điều tra khảo sát có 269 bảng câu hỏi đạt yêu cầu và được sử dụng để phân tích. Tại

Lâm Đồng, bảng câu hỏi được thu thập thông qua lấy mẫu trực tiếp với các doanh nghiệp hiện đang liên kết với nhà trường; học viên là các nhà quản lý đang theo học tại trường. Bảng câu hỏi được thu thập gián tiếp bằng cách gửi phiếu khảo sát trực tuyến đến các doanh nghiệp tại tỉnh Lâm Đồng. Có 292 bảng câu hỏi đạt yêu cầu.

Đối tượng trả lời bảng hỏi là các nhà lãnh đạo, quản lý doanh nghiệp. Nghiên cứu sử dụng phương pháp phân tích mô hình cấu trúc tuyến tính SEM bằng phần mềm AMOS để kiểm định thang đo.

3. KẾT QUẢ VÀ THẢO LUẬN

3.1. Kết quả nghiên cứu

Sau khi kiểm định bằng EFA và CFA, các biến quan sát trong thang đo đều đạt yêu cầu về tính đơn hướng, độ tin cậy, giá trị hội tụ và giá trị phân biệt của thang đo (bảng 1). Về mô hình nghiên cứu, kết quả phân tích SEM cho thấy các chỉ số đánh giá độ phù hợp như CFI, TLI, RMSEA đều đạt yêu cầu. Điều này có nghĩa rằng mô hình nghiên cứu phù hợp với dữ liệu thị trường.

Bảng 1. Bảng tóm tắt kết quả kiểm định thang đo

	Thành phần	Eigenvalue		Cronbach's alpha		Tổng phương sai trích (%)	
		Tp.HCM	Lâm Đồng	Tp.HCM	Lâm Đồng	Tp.HCM	Lâm Đồng
Nhân tố	Hoàn cảnh	2.896	2.06	.87	.75	72	45
	Tổ chức	1.622	1.50	.77	.75	81	50
	Khác biệt về ĐĐHĐ	3.023	1.81	.89	.74	76	43
	Nhận thức của DN	3.641	4.00	.91	.78	73	42
Hình thức l.kết	Đào tạo/giáo dục		5.34		.88		60
	Dịch vụ/tư vấn	2.459	2.31	.86	.86	61	62
	Hoạt động nghiên cứu		1.47		.84		57
Kết quả	DN nhận được	3.733	3.67	.85	.84	53	52

Kết quả kiểm định tại Tp. HCM và Lâm Đồng được so sánh trong bảng 2 và bảng 3 dựa trên một số yếu tố được doanh nghiệp quan tâm

nhiều hơn. Giá trị trung bình các nhân tố, hình thức liên kết và lợi ích doanh nghiệp đạt được khi hợp tác (thang đo 5 điểm) cho thấy rằng:

Các nhân tố ảnh hưởng đến mối liên kết**Nhân tố hoàn cảnh**

Theo các doanh nghiệp tại Tp. HCM, nhân tố hoàn cảnh ảnh hưởng tích cực đến hoạt động cung cấp dịch vụ/tư vấn hơn các loại liên kết khác (hệ số = .227), và uy tín/danh tiếng của trường được doanh nghiệp quan tâm nhiều nhất (mean = 2.96). Doanh nghiệp tại Lâm Đồng lại cho rằng nhân tố này ảnh hưởng nhiều nhất đến giáo dục/ đào tạo (hệ số = .239), và yếu tố về khả năng/năng lực mỗi bên khi tham gia hợp tác được quan tâm nhiều nhất (mean = 3.43).

Nhân tố tổ chức

Các doanh nghiệp tại Tp. HCM (hệ số = .250) và Lâm Đồng (hệ số = .171) đều đồng ý rằng trong ba hình thức liên kết, doanh nghiệp vẫn quan tâm hơn cả về ảnh hưởng của nhân tố tổ chức đối với vấn đề liên kết trong giáo dục/đào tạo. Và việc cam kết/thỏa thuận giữa hai bên là yếu tố gây ảnh hưởng tích cực nhất.

Nhân tố khác biệt về đặc điểm hoạt động

Tại Tp. HCM, nhân tố khác biệt về đặc điểm hoạt động ảnh hưởng tiêu cực nhất đến hoạt động trong giáo dục/đào tạo (hệ số = .244). Tại Lâm Đồng, nhân tố này lại ảnh hưởng đến hoạt động nghiên cứu (hệ số = .351). Và các doanh nghiệp tại hai khu vực đều cho rằng điểm khác biệt đáng quan tâm nhất đó là việc doanh nghiệp chưa quan tâm đến việc sử dụng nguồn nhân lực chất lượng cao làm vấn đề quyết định tạo lợi thế cạnh tranh.

Nhân tố nhận thức của doanh nghiệp về trường

Doanh nghiệp tại Tp. HCM cho rằng nhân tố này ảnh hưởng tiêu cực nhất đến hoạt động cung cấp dịch vụ/ tư vấn (hệ số = .279), doanh nghiệp chưa biết nhiều về hoạt động của trường do thông tin của trường không được quảng bá rộng rãi (mean = 3.12) cần lưu ý nhiều nhất. Doanh nghiệp tại Lâm Đồng lại đánh giá rằng hoạt động nghiên cứu (hệ số = .269) sẽ bị ảnh hưởng nhiều nhất, đa phần doanh nghiệp cho rằng họ chưa nhận thấy được lợi ích khi thực hiện các hoạt động liên kết với trường (mean = 3.74).

Bảng 2. Kết quả kiểm định quan hệ nhân quả giữa các khái niệm mô hình doanh nghiệp-trường

Mối quan hệ			ML (chuẩn hóa)	
			Tp. HCM	Lâm Đồng
Đào tạo/Giáo dục	←	Nhân tố hoàn cảnh	.222	.239
Dịch vụ/Tư vấn	←	Nhân tố hoàn cảnh	.227	.157
Hoạt động nghiên cứu	←	Nhân tố hoàn cảnh	.224	.237
Đào tạo/Giáo dục	←	Nhân tố tổ chức	.250	.171
Dịch vụ/Tư vấn	←	Nhân tố tổ chức	.243	.148
Hoạt động nghiên cứu	←	Nhân tố tổ chức	.222	.150
Đào tạo/Giáo dục	←	Khác biệt về ĐDHĐ	.244	.213
Dịch vụ/Tư vấn	←	Khác biệt về ĐDHĐ	.228	.221
Hoạt động nghiên cứu	←	Khác biệt về ĐDHĐ	.230	.351
Đào tạo/Giáo dục	←	Nhận thức DN về Trường	.262	.242
Dịch vụ/Tư vấn	←	Nhận thức DN về Trường	.279	.251

Mối quan hệ			ML (chuẩn hóa)	
			Tp. HCM	Lâm Đồng
Hoạt động nghiên cứu	←	Nhận thức DN về Trường	.234	.269
Kết quả DN nhận được	←	Đào tạo/Giáo dục	.241	.223
Kết quả DN nhận được	←	Dịch vụ/Tư vấn	.252	.153
Kết quả DN nhận được	←	Hoạt động nghiên cứu	.325	.151

ML: giá trị ước lượng

Các hình thức liên kết

Tại Tp. HCM, hình thức liên kết trong giáo dục /đào tạo, doanh nghiệp quan tâm nhiều đến việc tiếp nhận sinh viên thực tập (mean = 3.72) và trường chuyển giao kiến thức qua các chương trình đào tạo (mean = 3.02). Liên kết qua dịch vụ/tư vấn, doanh nghiệp chú ý nhiều đến việc cán bộ giảng dạy của trường tham gia tư vấn về nghiên cứu cho doanh nghiệp thông qua các hợp đồng (mean = 3.02). Trong hoạt động nghiên cứu, doanh nghiệp quan tâm đến việc liên kết theo thời gian với cán bộ giảng dạy của trường trong việc giám sát việc áp dụng các kết quả nghiên cứu từ trường hoặc từ phòng thí nghiệm của chính doanh nghiệp (mean = 2.90).

Doanh nghiệp tại Lâm Đồng cho rằng việc tiếp nhận sinh viên thực tập (mean = 3.71), trao học bổng cho sinh viên (mean = 3.66) sẽ phổ biến hơn khi làm việc với trường trong giáo dục/đào tạo. Tư vấn hướng nghiệp, giới thiệu việc làm cho sinh viên (mean = 3.07) qua liên kết trong dịch vụ/tư vấn hoặc doanh nghiệp tài trợ

kinh phí nghiên cứu cho trường (mean = 3.77) qua hoạt động nghiên cứu cũng được doanh nghiệp tại Lâm Đồng quan tâm hơn các loại hình khác.

Kết quả doanh nghiệp nhận được

Doanh nghiệp tại Tp. HCM đánh giá rằng khi liên kết với trường, doanh nghiệp nhận được nhiều kết quả nhất từ hoạt động nghiên cứu (hệ số = .325). Doanh nghiệp có được các kết quả nghiên cứu (thiết kế sản phẩm, tổ chức sản xuất), nhận được tư vấn và thông tin thu thập được của trường (mean = 3.55) và nâng cao trình độ của lực lượng lao động qua các khóa đào tạo do trường thực hiện (mean = 3.03).

Doanh nghiệp tại Lâm Đồng lại nhận thấy hoạt động giáo dục/đào tạo (hệ số = .223) đem lại nhiều hiệu quả hơn. Đó là tuyển dụng được nguồn nhân lực phù hợp với nhu cầu phát triển của doanh nghiệp (mean = 3.84) và nâng cao kỹ năng, kiến thức về khoa học cho lực lượng lao động thông qua các khóa đào tạo do trường thực hiện (mean = 3.73).

Bảng 3. So sánh kết quả các mối quan hệ được doanh nghiệp quan tâm tại Tp. HCM và Lâm Đồng

	Tp. HCM	Lâm Đồng
Nhân tố		
Hoàn cảnh	- Uy tín/danh tiếng của trường	- Khả năng/năng lực của mỗi bên
	- Do mối quan hệ thân thiết sẵn có, kinh nghiệm hợp tác trước đó giữa hai bên	
Tổ chức	- Cam kết/thỏa thuận giữa hai bên	
Khác biệt về đặc điểm hoạt động	- Doanh nghiệp chưa nhận thức được cạnh tranh hiện nay phải dựa vào công nghệ mà chỉ dựa trên nguồn lao động giá rẻ, chi phí khai thác rẻ	- Doanh nghiệp thường sản xuất nguyên liệu đầu vào hoặc làm trung gian trong quá trình sản xuất mà không sản xuất sản phẩm sau cùng

	- Doanh nghiệp chưa quan tâm đến việc sử dụng nguồn nhân lực chất lượng cao làm vấn đề quyết định tạo lợi thế cạnh tranh	
Nhận thức của doanh nghiệp về trường	- Doanh nghiệp chưa biết nhiều về hoạt động của trường do thông tin của trường không được quảng bá rộng rãi	- Nghiên cứu của trường thiên về lý thuyết nên không phù hợp với nhu cầu thực tế
	- Doanh nghiệp chưa nhận thấy được lợi ích khi thực hiện hoạt động liên kết với trường - Kiến thức của sinh viên hay chương trình đào tạo của trường chưa đáp ứng với nhu cầu của doanh nghiệp	
Hình thức liên kết		
Giáo dục/đào tạo	- Trường chuyển giao kiến thức qua các chương trình đào tạo	- Trường tổ chức hội thảo, báo cáo chuyên đề, các khóa đào tạo có sự tham gia của doanh nghiệp
	- Tiếp nhận sinh viên thực tập - Trao học bổng cho sinh viên	
Dịch vụ/tư vấn	- Cán bộ giảng dạy của trường tham gia tư vấn về nghiên cứu cho doanh nghiệp thông qua các hợp đồng - Trường kiểm tra đánh giá về nguyên vật liệu hoặc hoạt động của toàn bộ hệ thống sản xuất của doanh nghiệp	- Tư vấn hướng nghiệp, giới thiệu việc làm cho sinh viên - Trường thực hiện các dịch vụ tư vấn cho doanh nghiệp trong công tác xây dựng kế hoạch, thiết kế sản phẩm và các hoạt động kinh doanh
Hoạt động nghiên cứu	- Doanh nghiệp liên kết theo thời gian với các cán bộ giảng dạy của trường giám sát việc áp dụng các kết quả nghiên cứu	- Doanh nghiệp tài trợ kinh phí nghiên cứu cho trường
Kết quả		
	- Có được các kết quả nghiên cứu (thiết kế sản phẩm, tổ chức sản xuất), nhận được tư vấn và thông tin thu thập được của trường - Tuyển mộ sinh viên tốt nghiệp từ trường	- Tuyển dụng được nguồn nhân lực phù hợp với nhu cầu phát triển của doanh nghiệp - Có cơ hội đổi mới công nghệ từ nguồn kiến thức của các chuyên gia trong trường với chi phí thấp
	- Nâng cao kỹ năng, kiến thức về khoa học cho lực lượng lao động qua các khóa đào tạo	

3.2. Thảo luận

Tp. HCM giữ vai trò quan trọng, đầu tàu của nền kinh tế Việt Nam. Do sự đa dạng về nhiều lĩnh vực, dẫn đến sự đa dạng về các loại hình doanh nghiệp. Số lượng trường đại học, cao đẳng cũng đứng đầu trong cả nước. Do đặc điểm nền kinh tế phát triển, doanh nghiệp quan tâm đến tất cả các loại hình hợp tác khi liên kết với trường. Các nhà chuyên môn, giảng viên, nghiên cứu viên tại các trường ở Tp. HCM ngoài công tác giảng dạy, nghiên cứu khoa học còn có nhiều cơ hội tham gia vào các hoạt động tại doanh nghiệp

trong và ngoài nước. Doanh nghiệp nhận được nhiều hỗ trợ từ các kết quả nghiên cứu, tư vấn và thông tin thu thập được của trường.

Tại Lâm Đồng, do các yếu tố tiềm năng về khí hậu, tài nguyên đất, rừng và khoáng sản dẫn đến lợi thế của tỉnh tập trung vào các lĩnh vực dịch vụ du lịch, nông nghiệp, khai khoáng,... Trong đó ngành nông nghiệp đã được áp dụng công nghệ cao và là ngành kinh tế mũi nhọn chi phối gần 80% nền kinh tế của địa phương. Với nhu cầu phát triển kinh tế xã hội của khu vực Tây Nguyên, các trường đại học tại Lâm

Đồng chú trọng ưu tiên đầu tư đối với các ngành “mũi nhọn” như: kỹ thuật hạt nhân, công nghệ sinh học, nông học, công nghệ sau thu hoạch... Các hình thức liên kết của doanh nghiệp với trường nhìn chung vẫn theo hướng truyền thống. Giáo dục/đào tạo, nghiên cứu khoa học và dịch vụ được xác định là một trong những chức năng chính của Tỉnh nhằm đáp ứng yêu cầu phát triển bền vững trong nền kinh tế hội nhập.

4. KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ

Mối quan hệ giữa doanh nghiệp và trường đại học được xác định có sự ảnh hưởng của bốn nhóm nhân tố. Trong đó hai nhóm nhân tố tác động tích cực cho sự phát triển quan hệ là nhân tố hoàn cảnh và nhân tố tổ chức. Hai nhóm còn lại là khác biệt về đặc điểm hoạt động và nhận thức của doanh nghiệp về trường gây cản trở, kìm hãm sự hợp tác của hai tổ chức. Các hình thức liên kết

giữa doanh nghiệp và trường được tổng hợp và phân chia thành 3 loại chính: liên kết trong giáo dục/đào tạo, cung cấp dịch vụ/tư vấn và hoạt động nghiên cứu. Doanh nghiệp đã đạt được nhiều lợi ích đáng kể khi thực hiện liên kết với nhà trường qua nhiều hình thức khác nhau.

Kết quả nghiên cứu về cơ bản sẽ giúp cho các doanh nghiệp tại mỗi địa phương khi có ý định thực hiện hợp tác với trường sẽ xác định được mức độ ảnh hưởng của từng nhân tố đến từng liên kết, mức độ ảnh hưởng của các liên kết đến kết quả doanh nghiệp nhận được khi thực hiện hợp tác. Trên cơ sở đó, doanh nghiệp đưa ra các giải pháp giúp xây dựng, phát triển mối quan hệ với trường. Ngoài ra, nghiên cứu cũng giúp cho trường có cái nhìn đúng đắn hơn về quan điểm, nhận định của doanh nghiệp, từ đó xây dựng kế hoạch, chiến lược liên kết cho phù hợp với thực tế.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1]. T. Barnes, I. Pashby & A. Gibbons, Effective university-industry interaction: a multi-case evaluation of collaborative R&D projects, *European Management Journal*, 20(3), 272-285(2002).
- [2]. K. Bishop, P. D'Este & A. Neely, Gaining from interactions with universities: Multiple methods for nurturing absorptive capacity, *Research Policy*, 40(1), 30-40 (2011).
- [3]. J. Bruneel, P. D'Este, A. Salter, Investigating the factors that diminish the barriers to university-industry collaboration, *Research Policy*, 39(7), 858-868(2010).
- [4]. P. D'Este & P. Patel, University-industry linkages in the UK: what are the factors underlying the variety of interactions, *Research Policy*, 36(9), 1295-1313(2007).
- [5]. G. Easton, Manager-researcher relationships, *The IMP Journal*, 4(1), 31-55(2010).
- [6]. Elisa Giuliani and Valeria Arza, What drives the formation of “valuable” University – Industry linkages? An under – explored question in a hot policy debate, *Science and Technology Policy Research*, 170(2008).
- [7]. Eva M. Mora-Valentin, Angeles Montoro-Sanchez, Luis A. Guerras-Matin, “Determining factors in the success of R&D cooperative agreements between firms and research organizations”, *Research Policy*, 33, 17- 40(2004).
- [8]. C. Grimpe & H. Fier, Informal university technology transfer: A comparison between the United States and Germany, *Journal of Technology Transfer*, 35, 637-650(2010).

-
- [9]. T. Hoholm, Doctoral Thesis, The Contrary Forces of Innovation: An Ethnography of Innovation Processes in the Food Industry, Norwegian School of Management, Nordberg, Norway(2009).
- [10]. Y. Kim, Choosing between international technology licensing partners: an empirical analysis of U.S. biotechnology firms, *Journal of Engineering and Technology Management*, 26 (1–2), 57–72(2009).
- [11]. Y.S. Lee, The Sustainability Of University-Industry Research Collaboration: An Empirical Assessment, *Journal Of Technology Transfer*, 25, 111-133(2000).
- [12]. Khaleel Malik, Luke Georgiou & Bruce Grieve, Developing new technology platforms for new business models: Syngenta's partnership with the university of Manchester, *Research Technology Management*, 54(1), 24-31(2011).
- [13]. K. Mason, S. Leek, Communication practices in business relationships: creating, relating and adapting communication artifacts through time, *Industrial Marketing Management*, 41(2), 319–332(2012).
- [14]. P. Mohnen, C. Hoareau, What Types Of Enterprise Forges Close Links With Universities and Government Labs? Evidence From CIS 2, *Managerial And Decision Economics*, 24(2-3), 133-145(2003).
- [15]. H. T. T. Nguyễn, Luận án Tiến sĩ quản trị kinh doanh, Mối quan hệ giữa doanh nghiệp với trường đại học và viện nghiên cứu: một nghiên cứu tại Việt Nam (2010).
- [16]. L.T. Phạm, Về quan hệ hợp tác giữa nhà trường và doanh nghiệp, *Thông tin Giáo dục quốc tế*, số 8 + 9(2012).
- [17]. N. X. Phùng, Mô hình đào tạo gắn với nhu cầu của doanh nghiệp ở Việt Nam hiện nay, *Tạp chí Khoa học ĐHQGHN, Kinh tế và Kinh doanh*, 25, 1-8(2009).
- [18]. Wei Hong & Yu-Sung Su, The effect of institutional proximity in non-local university–industry collaborations: An analysis based on Chinese patent data, *Research Policy*, 42(2), 454-464(2013).