

Mô hình đào tạo gắn với nhu cầu của doanh nghiệp ở Việt Nam hiện nay

Phùng Xuân Nhạ*

*Khoa Kinh tế Quốc tế, Trường Đại học Kinh tế,
Đại học Quốc gia Hà Nội, 144 Xuân Thủy, Cầu Giấy, Hà Nội, Việt Nam*

Nhận ngày 15 tháng 12 năm 2008

Tóm tắt. Một vấn đề của giáo dục đại học nước ta hiện nay là đào tạo thiếu gắn kết với nhu cầu doanh nghiệp. Để thúc đẩy mối liên kết này, bài viết đã làm rõ hơn một số nội dung trong liên kết nhà trường - doanh nghiệp như lợi ích, cơ chế liên kết và điều kiện thành công. Lợi ích là đáng kể cho hai phía, một mặt là sự tiết kiệm chi phí nhờ tiếp cận nguồn nhân lực phù hợp yêu cầu cho doanh nghiệp và mặt khác là một đích đến đặt sẵn cho nhà trường để có những thiết kế nội dung đào tạo, lựa chọn giáo viên tối ưu và giảm bớt khó khăn kinh phí cho nhà trường. Cơ chế đào tạo của nhà trường sẽ đi theo một quy trình ngược với truyền thống, trong đó bước ban đầu là nắm rõ gói kỹ năng cần có của người cần đào tạo trên cơ sở hợp tác với doanh nghiệp sau đó mới lựa chọn công nghệ đào tạo và đầu vào phù hợp. Điều kiện quan trọng cho liên kết thành công là nhận thức và quyết tâm của lãnh đạo, chiến lược phát triển rõ ràng cũng như các chính sách hỗ trợ tốt và nhóm chuyên trách hiệu quả.

1. Đặt vấn đề

Trong những năm gần đây, một trong những vấn đề bức xúc của ngành giáo dục đại học ở nước ta là đào tạo chưa gắn liền với nhu cầu của xã hội, trong đó đặc biệt là nhu cầu của các doanh nghiệp. Phần lớn sinh viên tốt nghiệp khó tìm được việc làm hoặc công việc không phù hợp với chuyên môn được đào tạo. Theo thống kê mới nhất của Bộ Giáo dục và Đào tạo, 63% sinh viên tốt nghiệp không có việc làm, 37% được tuyển dụng không đáp ứng được công việc, nhiều công ty phải mất 1-2 năm đào tạo lại [1]. Các doanh nghiệp phải mất nhiều thời gian, chi phí để đào tạo lại thì mới sử dụng

được. Các doanh nghiệp luôn than phiền chương trình đào tạo của các đại học còn nặng tính “sách vở” và thiếu tính thực tiễn.

Trước sự bế tắc về “đầu ra”, ngày càng nhiều đại học đã ý thức được phải “thân thiện” với doanh nghiệp, do đó đã triển khai nhiều hoạt động liên kết đào tạo với doanh nghiệp. Tuy nhiên, thực tiễn cho thấy các doanh nghiệp còn tỏ ra “hờ hững” với các đại học. Nhiều văn bản ghi nhớ (MOU) liên kết đào tạo giữa đại học và doanh nghiệp không triển khai được hoặc nếu có mới ở mức thăm dò, thực hiện một số vụ việc nhỏ lẻ.

Thực tế trên đang đặt ra câu hỏi nguyên nhân nào các đại học và doanh nghiệp chưa thân thiện được với nhau (?), phải chăng các bên chưa thấy được lợi ích của sự hợp tác (?).

* ĐT: 84-4-37547506 (606).
E-mail: nhapx@vnu.edu.vn



hay đã thấy nhưng chưa xác định được rõ nội dung và cơ chế hợp tác (?), những điều kiện nào để đảm bảo thành công gắn đào tạo với nhu cầu của doanh nghiệp (?). Bài viết này sẽ góp phần tìm câu trả lời trong hoạt động liên kết đào tạo giữa đại học và doanh nghiệp (Hợp tác đầy đủ giữa đại học và doanh nghiệp bao gồm các hoạt động: đào tạo, nghiên cứu và tư vấn. Các hoạt động này có liên hệ với nhau. Tuy nhiên, hoạt động đào tạo có tính phổ quát và dễ hợp tác hơn, do đó bài viết này tập trung vào phân tích đào tạo gắn với nhu cầu của doanh nghiệp).

2. Lợi ích đào tạo gắn với nhu cầu của doanh nghiệp

Trong hợp tác, yếu tố quyết định thành công là các bên phải cùng có lợi ích (Win-Win). Nếu mỗi bên theo đuổi mục tiêu lợi ích riêng của mình mà không tính đến lợi ích thoả đáng của bên kia thì rất khó hợp tác được với nhau. Các bên phải nhìn nhận rất rõ là “khách hàng” của nhau thì mới có được các “ứng xử” theo nguyên tắc cùng có lợi.

Hợp tác giữa đại học và doanh nghiệp nói chung và trong lĩnh vực đào tạo nói riêng còn khá mới mẻ ở nước ta. Do đó, sự hiểu biết lẫn nhau để thực hiện nguyên tắc cùng có lợi còn rất hạn chế. Các doanh nghiệp là tổ chức lợi nhuận nên họ rất quan tâm đến chi phí và lợi ích. Họ không thể bỏ thời gian, tiền bạc để hợp tác với đại học nếu thấy không đem lại lợi ích thiết thực gì.

Lợi ích lớn nhất mang lại từ hợp tác với đại học là có được nguồn nhân lực phù hợp với nhu cầu phát triển của doanh nghiệp. Thay vì phải tìm kiếm lao động trên thị trường tự do, mất thời gian và chi phí để đào tạo lại, các doanh nghiệp “đặt hàng” với đại học để đào tạo ra những cán bộ, chuyên gia đáp ứng được nhu cầu phát triển của mình. Như vậy, đại học sẽ đem lại lợi ích rất lớn, tạo nguồn “tài sản” quý giá trong tương lai cho các doanh nghiệp. Ngoài ra, các doanh nghiệp còn nhận được lợi ích từ các đại học trong việc tiếp cận trực tiếp với các

giải pháp phát triển doanh nghiệp, phát minh, sáng chế và các dịch vụ tư vấn.

Gắn kết đào tạo theo nhu cầu phát triển của doanh nghiệp cũng mang lại nhiều lợi ích cho đại học. Trước hết, sản phẩm đầu ra đã có nơi đặt hàng, nhờ đó nắm bắt được cụ thể yêu cầu về kiến thức, kỹ năng, nghiệp vụ, phẩm chất nghề nghiệp, số lượng/qui mô cần phải đào tạo. Các thông tin này có vai trò cực kỳ quan trọng trong việc thiết kế nội dung các chương trình đào tạo và tuyển chọn, phát triển đội ngũ giảng viên. Mặt khác, nhờ có đơn đặt hàng, đại học có được nguồn kinh phí dồi dào, tăng cường cơ sở vật chất. Những lợi ích này sẽ giúp đại học có được thương hiệu mạnh, thu hút đầu vào giỏi, nhiều đơn đặt hàng, nhận được nhiều tài trợ (đặc biệt là tài trợ của các cựu sinh viên thành đạt).

Đại học gắn kết đào tạo theo nhu cầu của doanh nghiệp sẽ mang lại lợi ích to lớn cho tất cả các bên. Sự gắn kết này đã và đang được các đại học và doanh nghiệp ở nhiều nước khai thác triệt để. Ở nước ta, các đại học và doanh nghiệp cũng bắt đầu thấy được lợi ích to lớn nếu gắn kết được với nhau. Tuy nhiên, làm thế nào để gắn kết được với nhau vẫn là câu hỏi lớn, chưa có lời giải đáp.

3. Nội dung và cơ chế đào tạo gắn với nhu cầu của doanh nghiệp

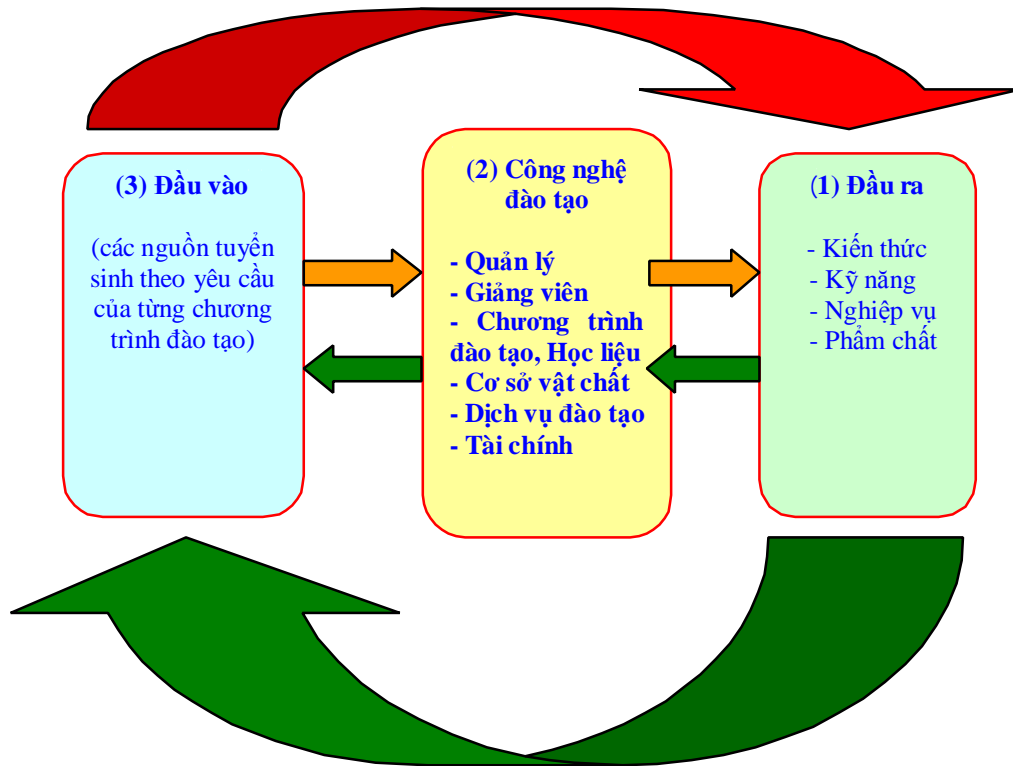
Sản phẩm đào tạo là cầu nối, gắn kết giữa đại học và doanh nghiệp. Do đó, cả hai bên cần phải xác định rõ gắn kết nội dung gì và cơ chế gắn kết như thế nào (?). Hình 1 mô phỏng mô hình qui trình đào tạo gắn với nhu cầu của doanh nghiệp, trong đó bao gồm 3 khâu chủ yếu: (1) đầu ra; (2) công nghệ đào tạo; (3) đầu vào. Các khâu có liên hệ mật thiết với nhau, trong đó khâu đầu ra là điều kiện, mục tiêu quyết định nội dung các khâu còn lại.

Điểm khác biệt quan trọng giữa đào tạo gắn với nhu cầu của doanh nghiệp so với phương thức đào tạo truyền thống là căn cứ vào đầu ra để lựa chọn công nghệ đào tạo và đầu hợp. Từng vị trí công việc trong doanh



sẽ yêu cầu phải có kiến thức gì, kỹ năng, nghiệp vụ nào và những phẩm chất nghề nghiệp cần thiết?. Mặt khác, căn cứ vào chiến lược phát triển của doanh nghiệp qua các năm sẽ dự báo

được nhu cầu về số lượng, dạng loại lao động cần thiết của doanh nghiệp, nhờ đó đại học mới tính toán được qui mô, cơ cấu ngành nghề, trình độ đào tạo hợp lý.



Hình 1. Mô phỏng mô hình qui trình đào tạo gắn với nhu cầu của doanh nghiệp.

Do trình độ phát triển còn thấp, phần lớn các doanh nghiệp ở nước ta hiện nay chưa có chiến lược phát triển rõ ràng nên việc dự báo nhu cầu về nhân lực là rất khó khăn. Qua khảo sát nhu cầu đào tạo các doanh nghiệp là đối tác của Trường Đại học Kinh tế, Đại học Quốc gia Hà Nội cho thấy mặc dù các doanh nghiệp biết rất cần nhân lực nhưng số lượng cho mỗi vị trí công việc là bao nhiêu vẫn còn mơ hồ, chưa được tính toán cụ thể. Phần lớn các doanh nghiệp được khảo sát chưa có kế hoạch phát triển nhân lực [2]. Đây cũng là một trong những lý do giải thích vì sao các doanh nghiệp còn chưa thiết tha với đại học.

Trong bối cảnh trên, đại học cần chủ động phối hợp với bộ phận nhân sự của các doanh nghiệp để đánh giá nhu cầu đào tạo, phát triển nguồn nhân lực của doanh nghiệp. Kinh nghiệm thành công của nhiều đại học trên thế giới đã cho thấy, việc đánh giá này phải được làm thường xuyên và do một bộ phận chuyên trách đảm nhận. Khi doanh nghiệp đã trở thành khách hàng thì đại học cần phải đầu tư một cách chuyên nghiệp và việc đầu tư này phải được coi trọng như chi phí cho nghiên cứu thị trường, marketing của các doanh nghiệp. Mặt khác, các doanh nghiệp cũng phải "nhiệt tình" nghiêm túc phối hợp với đại học và đầu tư ki



đánh giá nhu cầu đào tạo, phát triển nhân lực của mình. Vừa qua, Trường Đại học Kinh tế, Đại học Quốc gia Hà Nội và các doanh nghiệp đối tác tuy mới áp dụng thí điểm cách làm này nhưng đã mang lại kết quả rõ rệt.

Qua kết quả đánh giá nhu cầu “đầu ra”, đại học sẽ lựa chọn được công nghệ đào tạo thích hợp. Công nghệ này bao gồm ít nhất 6 thành tố: chương trình và học liệu; đội ngũ giảng viên; cơ sở vật chất; dịch vụ đào tạo; tài chính; và quản lý. Các thành tố này phải hướng vào đáp ứng yêu cầu đầu ra và tương thích với nhau. Trong mỗi thành tố đều có sự tham gia, phối hợp giữa đại học và doanh nghiệp.

Có thể nói, nội dung chương trình đào tạo có vai trò là điều kiện tiên quyết đảm bảo thành công của đào tạo gắn với nhu cầu của doanh nghiệp. Tùy theo từng vị trí công việc trong doanh nghiệp sẽ thiết kế nội dung chương trình về kiến thức, kỹ năng, nghiệp vụ và những phẩm chất nghề nghiệp cần thiết. Các doanh nghiệp cần tham gia trực tiếp vào việc xây dựng, cải tiến chương trình đào tạo thông qua cung cấp thông tin, phản biện nội dung chương trình. Trong nhóm xây dựng, cải tiến chương trình đào tạo cần có một số thành viên của doanh nghiệp, trong đó đặc biệt là những người quản lý các bộ phận tác nghiệp (Trường Đại học Kinh tế, Đại học Quốc gia Hà Nội đang thực hiện rà soát, cải tiến toàn bộ các chương trình đào tạo. Công việc này được thực hiện theo từng nhóm chuyên gia, trong đó mỗi nhóm có ít nhất 1 thành viên là doanh nhân). Tuy nhiên, cũng cần phải lưu ý rằng, ngoài đào tạo theo nhu cầu của doanh nghiệp, đại học còn phải đảm bảo tính tiên tiến, hiện đại của chương trình đào tạo mà các doanh nghiệp chưa biết đến hoặc ít quan tâm và quan trọng hơn là việc đào tạo ra những con người có khả năng tự học để học suốt đời. Đây chính là điểm khác biệt quan trọng giữa đào tạo đại học và đào tạo nghề.

Khi có được các chương trình đào tạo đạt chuẩn (khoa học, thực tiễn, liên thông quốc tế) thì việc xây dựng học liệu không quá khó khăn. Vai trò của doanh nghiệp trong xây dựng học liệu là tham gia hoặc cung cấp thông tin để viết

các nghiên cứu tình huống (case study). Kinh nghiệm thành công và thất bại của các cá nhân trong từng vị trí công việc sẽ là những bài học vô cùng quý giá cho những sinh viên, học viên. Đại học rất cần các nghiên cứu tình huống sống động từ thực tiễn của doanh nghiệp và doanh nghiệp hoàn toàn có thể tham gia được việc này. Doanh nghiệp càng đầu tư đúc rút những kinh nghiệm thành công, thất bại của những người đi trước bao nhiêu để tham khảo cho những người đi sau thì càng tăng được giá trị và giảm bớt những tổn thất cho mình trong tương lai. Điều này đã được các nhà lãnh đạo, quản lý doanh nghiệp (CEO) nổi tiếng trên thế giới đúc rút qua nhiều cuốn sách về lãnh đạo, quản trị nhân sự.

Đội ngũ giảng viên là thành tố then chốt trong công nghệ đào tạo và quyết định sự thành công của đào tạo gắn với nhu cầu doanh nghiệp. Căn cứ vào nội dung, yêu cầu của chương trình đào tạo, các giảng viên phải xây dựng, điều chỉnh, bổ sung những kiến thức, kỹ năng, phẩm chất nghề nghiệp mà doanh nghiệp cần chú không phải là dựa vào những thứ có sẵn hoặc ý muốn chủ quan của giảng viên. Phương pháp dạy - học, thực tập của sinh viên cũng phải thay đổi theo hướng phục vụ người học, đảm bảo được sự linh hoạt và bám sát thực tế. Yêu cầu này đã buộc các giảng viên và sinh viên phải đi khảo sát, gắn bó với doanh nghiệp. Mặt khác, với phương thức đào tạo gắn kết này, các doanh nghiệp có nhiều cơ hội và trách nhiệm trong việc báo cáo thực tiễn (guest speaker), trực tiếp tham gia hướng dẫn thực tập, khoá luận, luận văn tốt nghiệp của sinh viên, học viên.

Đào tạo gắn với nhu cầu của doanh nghiệp còn được thể hiện rất rõ qua việc tăng cường năng lực về cơ sở vật chất cho đại học. Các đại học ở nước ta đang gặp khó khăn rất lớn về thiếu trầm trọng giảng đường, phòng thí nghiệm và thiết bị dạy - học. Các doanh nghiệp có thể hỗ trợ giải quyết một phần khó khăn này thông qua việc hiến tặng giảng đường, phòng thí nghiệm, thiết bị dạy - học và đào tạo tại doanh nghiệp (sử dụng cơ sở vật chất c

nh nghiệp). Nhờ đó, sinh viên có cơ hội



quen với môi trường doanh nghiệp, các thiết bị, công nghệ sản xuất của doanh nghiệp. Đồng thời, các doanh nghiệp cũng có cơ hội để lựa chọn, hướng nghiệp cho những sinh viên, học viên có năng lực tốt phục vụ cho doanh nghiệp ngay sau khi tốt nghiệp.

Các dịch vụ đào tạo gắn với nhu cầu của doanh nghiệp cũng đóng vai trò quan trọng. Các dịch vụ này bao gồm tất cả các hoạt động nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho việc triển khai các chương trình đào tạo, trong đó đặc biệt là các dịch vụ tư vấn nghề nghiệp, giới thiệu việc làm cho sinh viên; marketing, PR; hậu cần tổ chức các khoá đào tạo (logistics)... Phần lớn đại học ở nước ta hiện nay, các hoạt động này chưa được coi trọng và còn rất hạn chế. Doanh nghiệp có nhiều lợi thế để khai thác các dịch vụ đào tạo với đại học.

Công nghệ đào tạo có được thực hiện tốt hay không phụ thuộc quan trọng vào nguồn tài chính. Sẽ là không tưởng nếu muốn chất lượng đào tạo tốt mà nguồn tài chính lại rất hạn hẹp. Nguồn tài chính của phần lớn các đại học ở nước hiện nay vẫn phụ thuộc vào ngân sách nhà nước và một phần nhỏ vốn tự có từ học phí. Cả hai nguồn vốn này, về cơ bản mới chỉ đủ cho đại học duy trì các hoạt động thường xuyên thực hiện nhiệm vụ chính trị được giao. Kinh nghiệm thành công của nhiều đại học lớn trên thế giới cho thấy, muốn có “nguồn tài chính khoẻ” cần phải dựa vào doanh nghiệp và tài trợ. Các doanh nghiệp có thể hỗ trợ đại học thông qua các hoạt động cung cấp học bổng cho sinh viên, trả học phí dưới dạng tài trợ cho đại học để đào tạo, cung cấp nguồn nhân lực cho doanh nghiệp, cung cấp tài chính cho đại học thông qua việc ký các hợp đồng nghiên cứu, tư vấn và đầu tư mạo hiểm (phát minh, sáng chế, ý tưởng mới,...). Mặt khác, các doanh nghiệp có thể đóng góp tài chính với đại học để thành lập các công ty, vườn ươm doanh nghiệp, khu công nghệ cao... Các đại học, doanh nghiệp ở thành phố Kawasaki (Nhật Bản) rất thành công trong mô hình gắn kết đại học và doanh nghiệp. Doanh nghiệp, đại học, chính quyền thành phố cùng góp vốn để xây dựng các vườn ươm doanh nghiệp, khu công nghệ cao [3].

Quản lý đào tạo là thành tố cuối cùng, nhưng đóng vai trò đặc biệt quan trọng, quyết định thành công hoặc thất bại việc vận hành công nghệ đào tạo gắn với nhu cầu của doanh nghiệp. Nội dung này bao gồm các qui định có liên quan đến tất cả các nội dung của qui trình đào tạo. Đối với đào tạo theo nhu cầu của doanh nghiệp, các qui định tuyển sinh và qui mô đào tạo cần phải căn cứ vào yêu cầu (kiến thức, kỹ năng, nghiệp vụ, phẩm chất nghề nghiệp) của từng vị trí công việc và nhu cầu phát triển nhân lực của doanh nghiệp hơn là dựa vào các qui định chung hoặc chỉ tiêu được phân bổ hàng năm. Qui định chất lượng giảng viên, tiền lương, đãi ngộ cũng phải căn cứ vào chất lượng công việc, mức độ đóng góp của cán bộ chứ không phải chỉ là dựa vào bằng cấp, thâm niên công tác. Về mức học phí được thu dựa trên nguyên tắc thị trường. Doanh nghiệp và đại học cùng trao đổi về các qui định, phương thức quản lý để thống nhất trong hợp đồng đào tạo.

Căn cứ vào các yêu cầu của đầu ra, công nghệ đào tạo sẽ lựa chọn đầu vào phù hợp. Cách tiếp cận này sẽ lựa chọn được đúng “nguyên liệu đầu vào” cho qui trình “chế biến” để được đầu ra “như ý”. Do đó, công việc phát hiện, tuyển chọn đầu vào hết sức quan trọng. Doanh nghiệp cùng phối hợp với đại học để giới thiệu/tư vấn hướng nghiệp thật rõ đặc điểm, yêu cầu nghề nghiệp, điều kiện phát triển của các vị trí công việc trong doanh nghiệp. Mặt khác, căn cứ vào các yêu cầu đầu ra, công nghệ đào tạo, đại học và doanh nghiệp sẽ chủ động tìm nguồn tuyển sinh hướng vào các đối tượng tiềm năng, có khả năng tốt tham gia Chương trình (Mùa tuyển sinh vừa qua, Trường Đại học Kinh tế, Đại học Quốc gia Hà Nội phối hợp với các doanh nghiệp đối tác thực hiện các hoạt động tư vấn tuyển sinh hướng vào 18 trường chuyên của các đại học ở Hà Nội và các tỉnh/thành phía Bắc. Kết quả khả quan (tỷ lệ chọi 21/1), nhiều học sinh giỏi, có thành tích cao: được giải quốc gia, thành viên đội tuyển olympic quốc tế,... đăng ký vào Trường). Việc tham gia trực tiếp của doanh nghiệp hoạt động tuyển sinh (marketing, PI



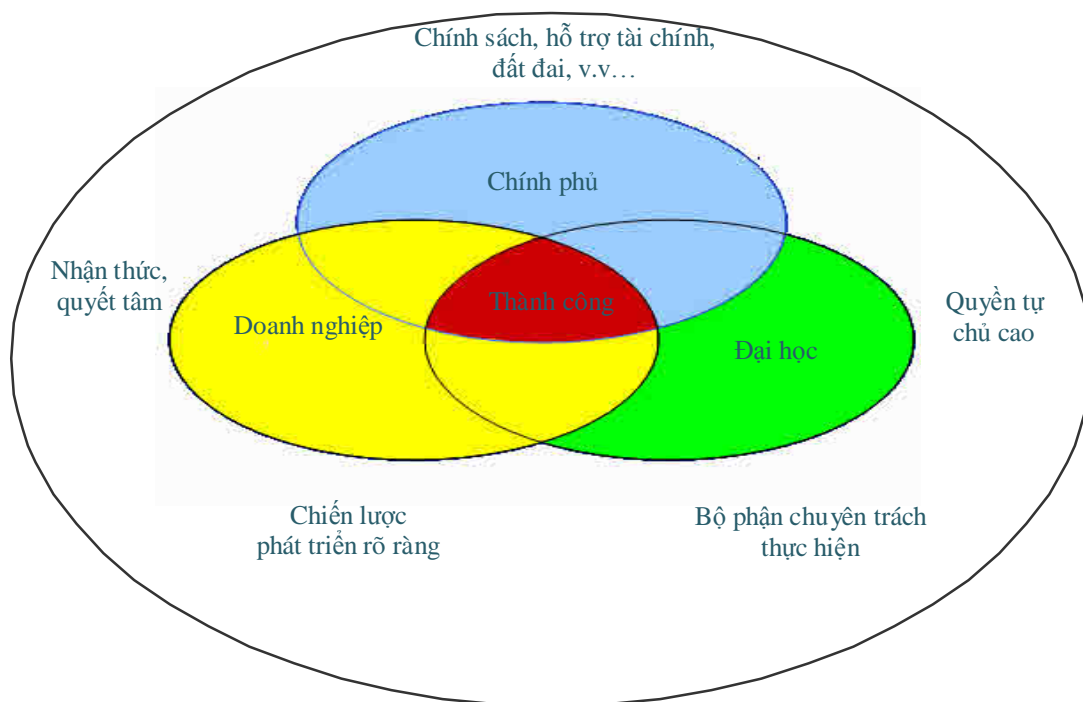
tuyển sinh,...) sẽ không chỉ tăng tính thuyết phục của chương trình đào tạo mà còn giúp doanh nghiệp thu hút, tiếp cận được những học sinh giỏi và cùng với đại học để đào tạo, nuôi dưỡng họ trở thành “tài sản” quý giá cho doanh nghiệp trong tương lai.

4. Các điều kiện cơ bản đảm bảo thành công đào tạo gắn với nhu cầu của doanh nghiệp

Điều kiện đầu tiên là nhận thức và quyết tâm của những người lãnh đạo đại học và doanh nghiệp. Các bên phải thấy rõ được lợi ích của sự hợp tác và hiểu đầy đủ cần phải làm cái gì và như thế nào. Việc gắn đào tạo với nhu cầu của doanh nghiệp còn là lĩnh vực mới mẻ ở nước ta, nên các đại học và doanh nghiệp chưa tích lũy được kinh nghiệm và xây dựng được “văn hoá” hợp tác. Do đó, cần phải có quyết tâm rất cao từ hai phía thì mới triển khai các MOU một cách có hiệu quả.

Đại học và doanh nghiệp cần có chiến lược phát triển rõ ràng. Nếu doanh nghiệp không có chiến lược nhân sự cụ thể thì đại học khó biết được yêu cầu của từng vị trí công việc và không dự báo được số lượng nhân sự cho các giai đoạn. Một cách tương tự, đại học không có chiến lược phát triển thì doanh nghiệp cũng không thể biết được ngành nghề, năng lực đào tạo như thế nào để đặt hàng. Như vậy, cả hai bên cần phải có chiến lược phát triển rõ ràng và sẽ rất hiệu quả nếu các bên tư vấn cho nhau trong quá trình xây dựng chiến lược phát triển.

Cần phải có các bộ phận chuyên trách thực hiện công việc hợp tác giữa đại học và doanh nghiệp. Các bộ phận này phải đảm nhận được vai trò làm cầu nối, điều phối chuyên nghiệp các hoạt động đào tạo gắn với nhu cầu của doanh nghiệp. Có thể nói, nếu các bên (đặc biệt là đối với đại học) thiếu bộ phận này hoặc có nhưng hoạt động không chuyên nghiệp thì các ý tưởng, kế hoạch đào tạo gắn với nhu cầu của doanh nghiệp chỉ là giấc mơ.



Hình 2. Các điều kiện đảm bảo thành công của đào tạo gắn với nhu cầu của doanh nghiệp.



Đại học phải được quyền tự chủ cao trong các quyết định có liên quan đến các hoạt động của qui trình đào tạo. Trước hết, cần được tự chủ trong các qui định đầu vào, qui mô tuyển sinh, nội dung chương trình, thu nhập, đãi ngộ và thu chi tài chính. Đào tạo theo nhu cầu của doanh nghiệp thì phải căn cứ vào nhu cầu và điều kiện của doanh nghiệp để đào tạo chứ không thể căn cứ vào các qui định chung, theo “kiểu may sẵn” để áp dụng cho “kiểu may đo” theo đơn đặt hàng của doanh nghiệp.

Cần có sự hỗ trợ của chính phủ, các địa phương để thúc đẩy hợp tác giữa đại học và doanh nghiệp. Sự hỗ trợ không chỉ bằng chính sách mà cần được thiết thực hơn thông qua việc cung cấp tài chính, đất đai,... để xây dựng các vườn ươm doanh nghiệp, khu công nghệ cao,... Sự hỗ trợ này có vai trò rất quan trọng trong giai đoạn đầu “khởi sự” đào tạo gắn với nhu cầu của doanh nghiệp ở nước ta hiện nay (Theo Luật thuế thu nhập doanh nghiệp mới đã được Quốc hội thông qua, các doanh nghiệp sẽ được hưởng nhiều ưu đãi khi tham gia vào lĩnh vực giáo dục, đào tạo. Đây là một trong những bước đột phá thúc đẩy hợp tác đào tạo giữa đại học và doanh nghiệp ở nước ta).

5. Kết luận

Đào tạo gắn với nhu cầu của doanh nghiệp là xu hướng tất yếu trong cơ chế thị trường. Việc gắn kết này sẽ mang lại nhiều lợi ích cho

cả đại học và doanh nghiệp. Ở nước ta hiện nay, mặc dù đại học và doanh nghiệp đã nhận thức được lợi ích của việc hợp tác với nhau nhưng do vấn đề mới mẻ nên các bên còn lúng túng, chưa thực sự quyết tâm hợp tác.

Đại học và doanh nghiệp cần phối hợp với nhau để thực hiện các công việc trong tất cả các nội dung của qui trình đào tạo. Đầu ra phải được phân tích kỹ lưỡng, làm cơ sở để xây dựng chương trình đào tạo, tuyển chọn đầu vào, lựa chọn giảng viên và các điều kiện cần thiết thực hiện chương trình đào tạo.

Việc gắn kết đào tạo với nhu cầu doanh nghiệp chỉ thực sự thành công nếu lãnh đạo các bên thống nhất nhận thức, quyết tâm thực hiện; các bên đều có chiến lược phát triển rõ ràng; có bộ phận chuyên trách thực hiện; đại học được tự chủ cao và có sự hỗ trợ cần thiết cả về cơ chế chính sách và tài chính, đất đai của Chính phủ, địa phương.

Tài liệu tham khảo

- [1] Đại Dương, *Chất xám tại Việt Nam dưới mắt thiên hạ*, Vietnamese American Television, 10/6/2008.
- [2] Trường Đại học Kinh tế, *Báo cáo kết quả điều tra nhu cầu đào tạo của các doanh nghiệp, đối tác của Trường Đại học Kinh tế, Đại học Quốc gia Hà Nội*, 7/2008.
- [3] Lê Phương Thảo, *Báo cáo kết quả chuyến đi khảo sát, nghiên cứu tại Thành phố Kawasaki, Nhật Bản*, 5/2008.

Training models based on the demands of the business sector

Phung Xuan Nha

*Faculty of International Economics, College of Economics,
Vietnam National University, Hanoi, 144 Xuan Thuy, Cau Giay, Hanoi, Vietnam*

An issues to be taken in consideration in Vietnam's higher education is a lack of education linkage. To promote this linkage, the article goes to a deep analysis of benefits for two sides, me



linkage and conditions for a success. The benefits are a cost-saving thanks to an access to needed human resource for the businesses on the one hand and a final framework of requested skills as well as an assistance in financial resource for schools. Mechanism of linkage is start from bussinesses with an identification of skill package and then school will work with business to define training technology and other training inputs. However, for a sucessful linkage attentions should be paid to leaderships, development strategy, supporting policies and an efficient co-working group by two sides.

