

Hợp tác giữa trường đại học và doanh nghiệp: Nghiên cứu trường hợp của Trường Đại học FPT

Nguyễn Xuân Phong*

*Trường Đại học FPT, Khu GD&ĐT, Khu Công Nghệ Cao Km29 Đại Lộ Thăng Long,
Thạch Thất, Hà Nội, Việt Nam*

Nhận ngày 15 tháng 10 năm 2016

Chỉnh sửa ngày 30 tháng 11 năm 2016; Chấp nhận đăng ngày 27 tháng 12 năm 2016

Tóm tắt: Hợp tác giữa trường đại học và doanh nghiệp là hoạt động mang tính tự nguyện, xuất phát từ nhu cầu của cả hai phía, đồng thời đem lại lợi ích cho các bên liên quan. Sử dụng mô hình lý thuyết về tám hình thức hợp tác dựa trên kết quả của hoạt động, bài viết phân tích, đánh giá thực trạng hợp tác giữa trường Đại học FPT với các doanh nghiệp, từ đó đưa ra một số nhận định và gợi ý đối với nhà trường, doanh nghiệp và Nhà nước trong việc thúc đẩy lĩnh vực này.

Từ khoá: Hợp tác trường đại học và doanh nghiệp, giáo dục đại học, trường Đại học FPT.

1. Giới thiệu chung

Ngày nay, trường đại học, với vai trò sản sinh, lưu trữ và truyền bá tri thức, đã không còn là những tháp ngà, gói gọn mình trong hai chức năng truyền thống là giảng dạy và nghiên cứu. Tầm quan trọng của chức năng thứ ba của trường đại học đang ngày càng được nhấn mạnh. Trường đại học được coi là người cầm lái trong đổi mới sáng tạo và đóng vai trò quan trọng trong quá trình thay đổi, phát triển kinh tế xã hội của quốc gia, khu vực và thế giới [1]. Nhiều nghiên cứu đã chỉ ra rằng để làm tốt sứ mệnh này, một trong những yêu cầu đặt ra đối với trường đại học đó là việc hợp tác chặt chẽ với khu vực doanh nghiệp. Mỗi quan hệ này đem lại lợi ích cho cả hai phía, đồng thời từ đó tạo tác động lan toả tới toàn xã hội và nền kinh tế [2].

Ở Việt Nam trong những năm gần đây, vấn đề hợp tác giữa trường đại học và doanh nghiệp đã và đang được quan tâm thúc đẩy, thể hiện ở các quan điểm, chủ trương, chính sách và chiến lược phát triển của Đảng và Nhà nước. Chiến lược phát triển kinh tế-xã hội 2011-2020 được thông qua tại Đại hội lần thứ XI của Đảng nhấn mạnh cần “Thực hiện liên kết chặt chẽ giữa các doanh nghiệp, cơ sở sử dụng lao động, cơ sở đào tạo và Nhà nước để phát triển nguồn nhân lực theo nhu cầu xã hội” [3].

Các trường đại học Việt Nam trong thời gian qua đã có nhiều nỗ lực trong việc tìm tòi, thử nghiệm các mô hình hợp tác với doanh nghiệp, nhằm mang lại lợi ích cho sinh viên, giảng viên cũng như nhà trường. Các nghiên cứu trước đây đã chỉ ra một số hình thức hợp tác cụ thể như: i) Các trường đại học thành lập bộ phận chuyên biệt hỗ trợ sinh viên và hợp tác doanh nghiệp. Ví dụ như trường đại học Luật – Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh thành lập Trung tâm Tư vấn, Hỗ trợ Sinh viên và Quan hệ

* ĐT.: 84-913005511
Email: phong@fpt.edu.vn

Doanh nghiệp. Trường Đại học Ngoại thương có sự phối hợp giữa các phòng ban bao gồm Phòng/Ban Công tác chính trị và sinh viên, Phòng Quản lý dự án hợp tác để chịu trách nhiệm phát triển mối liên kết nhà trường với cựu sinh viên và doanh nghiệp nhằm hỗ trợ các hoạt động nghiên cứu, học tập và việc làm cho sinh viên. ii) Một số trường đã áp dụng các phương pháp cũng như nội dung giảng dạy có sự tham gia của doanh nghiệp hay hướng tới doanh nghiệp. Ví dụ như áp dụng phương pháp học dựa trên vấn đề (Problem-based learning) tại các trường đại học như trường Đại học Hoa Sen, trường Đại học Khoa học Tự nhiên, trường Đại học Y tế Công đồng hay chương trình hợp tác trong ngành Bán lẻ giữa trường đại học Hoa Sen và BigC; chương trình hợp tác chuyển giao công nghệ giữa trường đại học Tôn Đức Thắng và Ngân hàng Ocean Bank; iii) Mời chuyên gia đến giảng dạy, làm hội thảo chuyên đề. Việc này hầu hết các trường đều đã thực hiện ít nhiều, đặc biệt, tại trường đại học Ngoại thương, phần lớn các môn học đều phải có báo cáo viên đến từ các doanh nghiệp với một số lượng tiết nhất định; iv) Hợp tác xây dựng các phòng thí nghiệm, các mô hình mô phỏng hoạt động doanh nghiệp. Ví dụ tại trường Đại học Tôn Đức Thắng, các phòng mô phỏng cho các sinh viên khối ngành Kinh tế như phòng mô phỏng thị trường chứng khoán, ngân hàng, quản lý khách sạn đã được xây dựng và đưa vào giảng dạy giúp các sinh viên có điều kiện thực hành ngay tại nhà trường. Trường Đại học Bình Dương cũng cho sinh viên thực hành tại phòng kế toán mô phỏng ngay tại trường, và bằng kinh phí tài trợ của Ngân hàng Thế giới, trường Đại học Ngoại thương đã đưa vào vận hành phòng ngân hàng thực hành và sản giao dịch chứng khoán ảo; v) Các trường đại học hợp tác nghiên cứu khoa học với các doanh nghiệp và cơ quan công quyền. Tuy nhiên các hoạt động này còn mang tính manh mún và thường chỉ thành công ở các trường đại học lớn, dựa trên các mối quan hệ cá nhân [4].

Tuy có thể nhìn thấy nhiều nỗ lực từ các trường đại học trong việc hợp tác với doanh nghiệp, trên thực tế, việc hợp tác giữa doanh

NGHIỆP và nhà trường hiện nay còn khá ngẫu hứng, chưa thực sự trở thành chiến lược của các trường, chưa mang tính hệ thống, chưa có các chỉ số đo đếm, theo dõi để phân tích và đánh giá một cách định lượng hiệu quả hoạt động.

Thông qua trường hợp của trường đại học FPT, bài viết này tập trung phân tích mối quan hệ giữa trường đại học và doanh nghiệp, từ khía cạnh trường đại học. Bài nghiên cứu trước hết tìm hiểu thực trạng các hoạt động hợp tác đang được triển khai giữa nhà trường và doanh nghiệp. Thứ hai, bài viết phân tích, đánh giá các hình thức và mức độ của các hoạt động hợp tác này nhằm đóng góp thêm vào sự hiểu biết đối với mối quan hệ giữa trường đại học và doanh nghiệp trong bối cảnh Việt Nam hiện nay. Với mục đích trên, bài viết được kết cấu thành bốn phần chính Phần một giới thiệu chung. Phần hai đưa ra khuôn khổ lý thuyết về mối quan hệ giữa trường đại học và doanh nghiệp bao gồm các nguyên nhân và hình thức hợp tác. Phần ba đi sâu phân tích và đánh giá hoạt động hợp tác giữa trường Đại học FPT và doanh nghiệp. Cuối cùng, phần bốn rút ra một số nhận định và kết luận.

2. Khuôn khổ lý thuyết về các động cơ và hình thức hợp tác giữa trường đại học và doanh nghiệp

2.1. Động cơ thúc đẩy hợp tác giữa trường đại học và doanh nghiệp

Theo tác giả Phạm Thị Ly, khái niệm quan hệ hợp tác giữa nhà trường và doanh nghiệp có thể được hiểu là “tất cả mọi hình thức tương tác trực tiếp hay gián tiếp, có tính chất cá nhân hay tổ chức giữa trường đại học và các doanh nghiệp nhằm hỗ trợ lẫn nhau vì lợi ích của cả hai” [5].

Trước hết, có thể thấy rằng sự hợp tác giữa nhà trường và doanh nghiệp là mối quan hệ mang tính tự nguyện, xuất phát từ nhu cầu, động cơ của cả hai phía, vừa giúp khai thác thế mạnh của mỗi bên, đồng thời bổ khuyết cho

nhau những điều kiện cần thiết để hoạt động và phát triển tốt hơn.

Về phía trường đại học, có thể kể ra một loạt các động cơ thúc đẩy hoạt động hợp tác với doanh nghiệp như đẩy mạnh hoạt động đào tạo gắn với nhu cầu xã hội; tăng khả năng có việc làm của sinh viên sau khi tốt nghiệp; tăng nguồn thu cho nhà trường thông qua các dự án nghiên cứu, triển khai, tư vấn cho doanh nghiệp; mở rộng cơ hội cho giảng viên, sinh viên, nhà nghiên cứu tiếp cận với các kiến thức, kinh nghiệm thực tiễn; gợi mở thêm các hướng nghiên cứu mới và giúp kiểm chứng, thử nghiệm những sản phẩm tri thức mà nhà trường tạo ra; cung cấp các nguồn dữ liệu, phòng thí nghiệm, cơ sở vật chất phục vụ cho hoạt động nghiên cứu và giảng dạy mà trường đại học không có; góp phần tăng cường, nâng cao uy tín và ảnh hưởng của nhà trường đối với cộng đồng, xã hội [2, 5].

Về phía doanh nghiệp, quá trình hợp tác với trường đại học giúp doanh nghiệp tuyển dụng và khai thác được nguồn nhân lực chất lượng cao phù hợp với nhu cầu và tiết kiệm chi phí đào tạo lại cho doanh nghiệp; tìm kiếm, ứng dụng, thương mại hóa các công nghệ hiện đại, các kết quả nghiên cứu của trường đại học; khả năng tiếp cận và sử dụng phòng thí nghiệm, kho tri thức và cơ sở vật chất của trường đại học; chia sẻ rủi ro trong nghiên cứu cơ bản và ổn định các dự án nghiên cứu dài hạn; góp phần tăng cường danh tiếng và quảng bá thương hiệu cho doanh nghiệp [2, 6].

2.2. Các hình thức hợp tác giữa trường đại học và doanh nghiệp

Các nghiên cứu trước đây đã đưa ra một số cách phân loại khác nhau đối với các hình thức hợp tác giữa nhà trường và doanh nghiệp. Dựa trên tính chất của hoạt động, việc hợp tác này có thể được chia thành ba mảng chính là Liên kết trong giáo dục, đào tạo; Liên kết trong cung cấp dịch vụ; và Liên kết trong hoạt động nghiên cứu [7, 8]. Một số tác giả khác lại phân biệt các hình thức hợp tác dựa vào nội dung của hoạt động, như: tổ chức hội nghị, hội thảo; tư vấn và

hợp đồng nghiên cứu; hình thành, xây dựng cơ sở vật chất; đào tạo; và phối hợp nghiên cứu [9].

Nhằm mục đích phân tích và đánh giá thực trạng hợp tác giữa trường Đại học FPT và doanh nghiệp, trong khuôn khổ bài viết này, tác giả sử dụng mô hình lý thuyết về tám hình thức hợp tác, dựa trên góc độ kết quả, do Phạm Thị Ly [5] đề xuất như sau:

1. Hợp tác trong nghiên cứu: Đây là hình thức hợp tác cao nhất giữa nhà trường và doanh nghiệp, nhưng thực tế còn diễn ra rất khiêm tốn trong giới hàn lâm. Mục đích của sự hợp tác này là đạt đến sự hỗ trợ cho hoạt động nghiên cứu của nhà trường, thực hiện các dự án liên kết mà giới hàn lâm và các doanh nghiệp cùng tiến hành. Các trường có thể tìm kiếm sự hợp tác này bằng cách chủ động giới thiệu với các doanh nghiệp những chương trình nghiên cứu khả dĩ đem lại lợi ích trực tiếp cho các doanh nghiệp.
2. Thương mại hóa các kết quả nghiên cứu, bao gồm cả chuyển giao công nghệ: Đây là điều khá phổ biến trong các nước phát triển mặc dù còn ít được giới hàn lâm trong trường đại học chú ý. Ở các nước đang phát triển như Việt Nam, để có thể đẩy mạnh hình thức hợp tác này, một điều rất cần phải làm ngay là củng cố bộ khung thể chế bảo đảm trong thực tế quyền sở hữu trí tuệ. Hoạt động này thường tập trung ở những người đang có quan hệ chặt chẽ với các doanh nghiệp trong lĩnh vực chuyên ngành của họ. Cần thúc đẩy lợi ích của cả ba bên, giới hàn lâm, nhà trường và doanh nghiệp, và ủng hộ các nỗ lực của họ.
3. Thúc đẩy khả năng lưu chuyển của sinh viên: bằng cách tạo ra các cơ chế hỗ trợ họ, ví dụ như đưa sinh viên đi thực tập và tạo ra cơ hội giao lưu để họ có thể trải nghiệm nhiều khía cạnh phong phú của thế giới bên ngoài nhà trường. Tăng cường phối hợp với phòng nhân sự của các công ty, doanh nghiệp để tạo điều kiện cho sinh viên đến với thế giới việc làm.

4. Thúc đẩy sự vận động, lưu chuyển của giới hàn lâm: Khuyến khích những hoạt động giao lưu hay hợp đồng làm việc ngắn hạn của giới hàn lâm trong các doanh nghiệp nhằm xây dựng quan hệ, chia sẻ quan điểm và nắm bắt thực tế. Cần có luật lệ, quy định để quyền lợi của giảng viên (như hưu bổng, kỳ nghỉ, sự thăng tiến, v.v.) không bị ảnh hưởng bởi thời gian làm việc ngắn hạn như thế.
5. Xây dựng và thực hiện chương trình đào tạo: Có ý nghĩa rất quan trọng trong việc nâng cao chất lượng đào tạo và giúp sinh viên thích ứng tốt với đòi hỏi của thị trường lao động. Cần khuyến khích sự tham gia của giới doanh nghiệp vào việc xây dựng và cập nhật chương trình của nhà trường, thông qua các cuộc thảo luận và trao đổi thông tin. Giới chuyên gia đang làm việc tại các doanh nghiệp cũng là một nguồn hợp tác đầy tiềm năng trong việc đảm nhận một phần việc giảng dạy trong nhà trường.
6. Học tập suốt đời: Hiện nay hoạt động này còn rất ít có sự hợp tác giữa hai bên. Cần nâng cao hiểu biết về học tập suốt đời, và tăng cường giao tiếp với các doanh nghiệp để nắm bắt nhu cầu cũng như lợi ích và khả năng thực hiện nhiều hình thức học tập khác nhau mà nhà trường có thể đem lại cho doanh nghiệp.
7. Hỗ trợ tinh thần sáng nghiệp và các hoạt động khởi nghiệp: Nâng cao tinh thần sáng nghiệp trong nhà trường, tạo ra một văn hóa kích thích giảng viên và sinh viên suy nghĩ và hành động với tinh thần khởi nghiệp, đặt họ trước những con đường sáng nghiệp của giới doanh nghiệp và lối cuốn họ thoát ra khỏi lối mòn tư duy.
8. Tham gia quản trị nhà trường: Tăng cường sự tham gia của giới doanh nghiệp vào quá trình ra quyết định ở tầm lãnh đạo của nhà trường. Mời những người thành đạt trong giới doanh nghiệp tham gia vào Hội Đồng Trường. Họ sẽ giúp ích

nhà trường rất nhiều đặc biệt là về chiến lược phát triển.

3. Hợp tác giữa trường Đại học FPT và doanh nghiệp

3.1. Giới thiệu về trường Đại học FPT

Tập đoàn FPT thành lập năm 1988 bởi 13 nhà khoa học tốt nghiệp từ Liên xô (cũ) trở về. Hiện nay, FPT là tập đoàn công nghệ hàng đầu Việt Nam với hơn 30,000 nhân viên (trong số đó có hơn 12,000 chuyên gia, kỹ sư công nghệ), giá trị vốn hóa trên 20 ngàn tỷ VND, doanh thu trên 2 tỷ USD, hiện diện tại hơn 20 quốc gia trên thế giới, có 50 khách hàng nằm trong danh sách Fortune Global 500 (top 500 công ty hàng đầu thế giới). Tập đoàn FPT hoạt động trong các lĩnh vực chủ chốt như công nghệ (dịch vụ công nghệ thông tin, phát triển phần mềm, tích hợp hệ thống), viễn thông, phân phối và bán lẻ sản phẩm công nghệ, giáo dục và đào tạo.

Trường Đại học FPT được thành lập năm 2006, đầu tư 100% vốn bởi Tập đoàn FPT và là trường đại học đầu tiên của Việt Nam do doanh nghiệp thành lập. Hiện nay trường đang có hơn 18,000 sinh viên các hệ theo học, 1,400 cán bộ giảng viên với các cơ sở đào tạo trên toàn quốc tại Hà Nội, thành phố Hồ Chí Minh, Đà Nẵng, Tây Nguyên và Cần Thơ. Các bậc học tại trường bao gồm đào tạo thạc sỹ CNTT và quản trị kinh doanh, đào tạo đại học (chính quy và liên kết quốc tế), cao đẳng, đào tạo cấp chứng chỉ quốc tế, trung học phổ thông. Năm 2016, Đại học FPT cho ra đời mô hình đại học trực tuyến FUNIX. Ở bậc đại học, trường đang đào tạo các khối ngành CNTT, kinh doanh, ngôn ngữ, du lịch và thiết kế đồ họa. Trường Đại học FPT là trường đại học đầu tiên của Việt Nam được xếp hạng quốc tế 3 sao theo chuẩn QS Star của tổ chức QS, trong đó 4 tiêu chí về **chất lượng đào tạo, việc làm, cơ sở vật chất, trách nhiệm xã hội** được xếp hạng 5 sao, tiêu chí được xếp hạng thấp nhất 1 sao là nghiên cứu khoa học, tiêu chí kiểm định chất lượng quốc tế chưa được cho điểm vì chưa tham gia. Trong tiêu chí **việc làm**, Đại học FPT đã được kiểm

định trên bộ tiêu chí, trong đó bao gồm các yếu tố: tỷ lệ việc làm sau tốt nghiệp (Graduate employment rate), dịch vụ hỗ trợ việc làm cho sinh viên (Careers service support), danh tiếng các nhà tuyển dụng (Employer Reputation).

3.2. Phân tích thực trạng hợp tác giữa trường Đại học FPT và doanh nghiệp

Xuất thân từ doanh nghiệp và một trong những mục tiêu quan trọng giai đoạn mới thành lập là đào tạo để cung ứng nguồn nhân lực cho chính Tập đoàn FPT và các khách hàng doanh nghiệp nên ngay từ những ngày đầu, mối quan hệ với doanh nghiệp đã rất được chú trọng tại trường Đại học FPT.

Trong định hướng phát triển của mình, nhà trường đã đưa ra chiến lược iGSM [10], trong đó mối quan hệ với doanh nghiệp được xác định bởi chữ “I” (Industry-relevant), ở đây được hiểu theo nghĩa là đào tạo những gì doanh nghiệp cần. Chữ “G” là Global, là chiến lược quốc tế hóa, từ chương trình, giáo trình, giảng viên và sinh viên nước ngoài cho đến việc thành lập các campus tại nước ngoài. Chữ “S” là Smart - chiến lược áp dụng triệt để các hệ thống công nghệ thông tin, công nghệ giáo dục trong các hoạt động đào tạo, giảng dạy, nghiên cứu khoa học và quản trị của mình. Chữ “M” là Mega, thể hiện mục tiêu 100,000 sinh viên và một hệ thống các trường, các campus, các chương trình và bậc đào tạo đa dạng, rộng khắp, đáp ứng nhu cầu học tập của mọi người.

Để triển khai được chữ “I” trong chiến lược, trường Đại học FPT đưa ra một mô hình hợp tác với doanh nghiệp ICASE như sau:

Internship: doanh nghiệp nhận sinh viên vào trải nghiệm, thực tập.

Co-research: phối hợp cùng doanh nghiệp trong việc triển khai các chương trình nghiên cứu, đăng ký bản quyền sáng chế và thương mại hóa.

Academic: doanh nghiệp cung cấp công nghệ, nội dung giảng dạy, chuyên gia cho Đại học FPT, ngược lại Đại học FPT cũng tổ chức các chương trình đào tạo cho doanh nghiệp theo nhu cầu.

Scholarship: doanh nghiệp cấp học bổng cho sinh viên trường Đại học FPT với cam kết làm việc hoặc không.

Employment: doanh nghiệp phối hợp để tuyển dụng và nhận sinh viên vào làm việc.

Một trong số các KPI chính trong báo cáo quản trị BSC (Balanced Score Card) hàng tháng của trường Đại học FPT là số doanh nghiệp có hợp tác iCASE với nhà trường.

Phần tiếp sau đây tập trung phân tích chi tiết hơn về các hoạt động theo mô hình iCASE mà Trường Đại học FPT đang triển khai.

Internship (Chương trình thực tập):

Chương trình đào tạo của trường Đại học FPT dành nguyên một học kỳ 4 tháng cho chương trình thực tập bắt buộc tại doanh nghiệp (OJT – On the job training). Nhà trường tìm kiếm doanh nghiệp phù hợp, hợp tác trong việc xây dựng chương trình, kế hoạch, phương thức đánh giá cho giai đoạn OJT này. Doanh nghiệp phân công, bố trí sinh viên vào các công việc, dự án phù hợp và chịu trách nhiệm cử cán bộ kèm cặp, hướng dẫn, đánh giá như nhân viên của mình. Trường Đại học FPT cũng thành lập công ty riêng của mình (FTICO) để lo cho việc hợp tác này, đồng thời tạo ra các dự án thực để đảm bảo có chỗ OJT cho tất cả sinh viên trong trường hợp không tìm được doanh nghiệp phù hợp.

Ngoài các hoạt động trải nghiệm chuyên môn, trường Đại học FPT cũng chú trọng các trải nghiệm cuộc sống, xã hội khác cho sinh viên như các chương trình rèn luyện tập trung 1 tháng tại doanh trại quân đội trước khi nhập học, chương trình 7 ngày đi lao động chân tay hay trải nghiệm một môi trường xã hội khác biệt ...

Co-research (Phối hợp nghiên cứu):

Trường Đại học FPT đã phối hợp với Tập đoàn FPT thành lập Viện nghiên cứu FPT FTRI. Viện nghiên cứu này có trách nhiệm phối hợp với các công ty trong Tập đoàn cũng như các công ty bên ngoài khác để tiến hành nghiên

cứu khoa học, đăng ký các bằng sáng chế và thương mại hóa các sáng chế này. Hiện nay, Viện đã đăng ký được 76 sáng chế các loại, doanh thu từ các hợp đồng đạt gần 6 tỷ đồng. Một số sáng chế tiêu biểu có thể kể đến như Hệ thống nhận tín hiệu điều khiển từ tay trong vùng không gian giới hạn (áp dụng trong bàn phím ảo cho máy tính, điện thoại di động), máy in ba chiều, ... [11]

Academic (Hoạt động giáo dục, đào tạo):

Về chương trình đào tạo, trường Đại học FPT mời các chuyên gia, lãnh đạo doanh nghiệp lớn trong ngành tham gia thẩm định, phân biện các chương trình của mình. Trong một số trường hợp, nhà trường sử dụng một phần giáo trình, nội dung đào tạo nội bộ của doanh nghiệp như một nội dung trong chương trình đào tạo của trường (ví dụ như chương trình Campus Link của Công ty Phần mềm FPT), công nhận chứng chỉ của một số hãng công nghệ như tín chỉ trong chương trình đào tạo của trường.

Đại đa số các giảng viên chuyên môn của trường Đại học FPT đều có kinh nghiệm làm việc thực tiễn tại doanh nghiệp, dự án. Từ 20 - 40% giờ giảng trong chương trình đào tạo được thực hiện bởi các giảng viên thỉnh giảng – các chuyên gia đến từ doanh nghiệp.

Trường Đại học FPT cũng thường xuyên tổ chức các hoạt động giao lưu với lãnh đạo, chuyên gia từ doanh nghiệp qua các sự kiện CEO Talk, Leader Talk với tần suất ít nhất 1 lần/học kỳ.

Scholarship (Học bổng):

Hàng năm, trường Đại học FPT phối hợp với Tập đoàn FPT và các doanh nghiệp, cấp hàng chục suất học bổng từ doanh nghiệp cho các sinh viên xuất sắc, cụ thể là: Học bổng Nguyễn Văn Đạo của Tập đoàn FPT, cấp các suất học bổng toàn phần, có thể bao gồm cả ăn ở; Học bổng ANZ, cấp học bổng hàng năm cho các sinh viên xuất sắc nhất.

Employment (Việc làm)

Trường Đại học FPT có một bộ phận chuyên trách lo về việc làm cho sinh viên là Phòng quan hệ doanh nghiệp. Bộ phận này thường xuyên phối hợp với doanh nghiệp tổ chức các hoạt động, sự kiện tại trường hay tại doanh nghiệp để hỗ trợ sinh viên có thông tin việc làm và cơ hội ứng tuyển (test, phỏng vấn tuyển dụng tại chỗ). Tần suất tổ chức 2-3 lần mỗi học kỳ.

Trường Đại học FPT cũng tổ chức các Hội thảo việc làm (Job fair), seminar hướng nghiệp, seminar định hướng chuyên ngành cho sinh viên mỗi học kỳ. Trường Đại học FPT đã đạt được những kết quả rất đáng khích lệ khi tỷ lệ sinh viên ra trường có việc làm sau 12 tháng tốt nghiệp hàng năm lên tới trên 97% [12].

Một số hoạt động hợp tác khác với doanh nghiệp:

Hợp tác giữa Viện nghiên cứu công nghệ FPT FTRI và Ban công nghệ Tập đoàn FPT, hỗ trợ kinh phí 5 tỷ/năm, thường bài báo khoa học đăng ISI 2000 USD, ISI Extended 1000 USD; Doanh nghiệp tài trợ các hoạt động sinh viên; Tổ chức company tour, tham quan doanh nghiệp cho sinh viên; Hỗ trợ sinh viên khởi nghiệp với các hoạt động như:

Hợp tác với Trung tâm ươm tạo khu công nghệ cao Hòa Lạc (HBI) để hỗ trợ sinh viên khởi nghiệp: địa điểm làm việc, hạ tầng, chuyên gia, ...

Hợp tác với IPP (tổ chức hợp tác Việt Nam – Phần Lan) trong việc đào tạo giảng viên khởi nghiệp, sáng tạo và đổi mới.

Như vậy, nếu đối chiếu mô hình hợp tác đại học – doanh nghiệp theo hình thức hợp tác của tác giả Phạm Thị Ly với thực tiễn tại trường Đại học FPT, chúng ta có thể có bảng mô tả tóm tắt cùng với đánh giá mức độ theo chủ quan của tác giả trên thang điểm 10 như bên dưới:

STT	Hình thức hợp tác	Hiện trạng tại trường Đại học FPT	Điểm số (10)
1	Hợp tác trong nghiên cứu	Đã có hợp tác nhưng chưa rộng, chủ yếu tập trung trong mối quan hệ với các công ty trong Tập đoàn FPT và khách hàng của họ	3
2	Thương mại hóa kết quả nghiên cứu	Ở mức độ còn thấp, giá trị chưa cao (6 tỷ VNĐ), chủ yếu nguồn thu từ doanh nghiệp chứ chưa đưa ra thị trường mở	3
3	Thúc đẩy khả năng lưu chuyển sinh viên	Đây là hoạt động hợp tác khá thành công của trường Đại học FPT, với gần 150 doanh nghiệp trên cả nước	9
4	Thúc đẩy sự vận động, lưu chuyển của giới hàn lâm	Tương đối tốt, phần lớn các giảng viên tại trường Đại học FPT đều có kinh nghiệm thực tiễn	8
5	Xây dựng và thực hiện chương trình đào tạo	Nội dung này được thực hiện khá tốt tại Đại học FPT. Chương trình thường xuyên được cập nhật theo nhu cầu doanh nghiệp.	7
6	Học tập suốt đời	Có một vài hoạt động hỗ trợ với cựu sinh viên, tuy nhiên chưa thực sự rõ nét	2
7	Hỗ trợ tinh thần sáng nghiệp và các hoạt động khởi nghiệp	Có môn khởi nghiệp cho toàn bộ sinh viên, đào tạo giảng viên, các hoạt động hỗ trợ khởi nghiệp	5
8	Tham gia quản trị nhà trường	Đây là điểm khác biệt và thuận lợi lớn của trường Đại học FPT.	10

3.3. Đánh giá sự hợp tác giữa trường đại học FPT và doanh nghiệp

Qua những phân tích hiện trạng và đối chiếu với mô hình hợp tác ở trên, có thể thấy rằng trường Đại học FPT đã và đang thực sự quan tâm tới mối quan hệ với doanh nghiệp, coi đó là nguyên tắc sống còn và then chốt trong chiến lược phát triển của mình. Điểm nổi bật nhất chính là tư duy quản trị nhà trường từ góc độ doanh nghiệp; chương trình OJT bắt buộc dài bốn tháng cho toàn bộ sinh viên cũng như các hoạt động trải nghiệm đa dạng với doanh nghiệp khác; chương trình được thiết kế và xây dựng theo nhu cầu doanh nghiệp. Một số hình thức hoạt động mới được đề xuất và thử nghiệm như doanh nghiệp tham gia hướng nghiệp sinh viên ngay từ đầu vào.

Tuy nhiên một số hạng mục hợp tác giữa trường Đại học FPT và doanh nghiệp còn yếu, đặc biệt là ở lĩnh vực nghiên cứu khoa học và thương mại hóa kết quả nghiên cứu cũng như ở mảng học tập suốt đời.

Ngay cả trong những điểm mạnh của mình, trường Đại học FPT cũng gặp rất nhiều khó

khăn trong khi triển khai các hoạt động, đặc biệt là trong việc thống nhất quan điểm, xây dựng quy trình kiểm soát và đánh giá sinh viên trong quá trình thực tập. Nhiều doanh nghiệp không thể cử cán bộ chuyên gia theo sát sinh viên OJT dưới sức ép của tiến độ, chất lượng dự án hay yêu cầu từ khách hàng. Một số doanh nghiệp còn dễ dãi, nhân nhượng với sinh viên, không đảm bảo đúng tiêu chí và chất lượng thực tập. Về phía nhà trường, bài toán nan giải là xử lý số sinh viên không đáp ứng yêu cầu của doanh nghiệp trước và trong quá trình thực tập, bị doanh nghiệp trả về.

4. Kết luận

Việc xuất thân từ doanh nghiệp, quản trị theo mô hình doanh nghiệp là những thuận lợi lớn để trường Đại học FPT có được những thành công nhất định trong việc hợp tác và xây dựng một mô hình hợp tác với các doanh nghiệp, phục vụ cho chiến lược và các mục tiêu của mình. Tuy nhiên qua những phân tích trên đây, cũng có thể thấy rằng khá nhiều mô hình,

cách làm của trường đại học FPT hoàn toàn có thể áp dụng được ở các trường đại học khác chứ không chỉ là lợi thế của riêng trường đại học FPT. Các doanh nghiệp có những động lực và lợi ích riêng của mình khi hợp tác với trường đại học và nếu biết khai thác đúng, tìm ra mô hình *win-win*, việc hợp tác giữa hai bên trong một số lĩnh vực là hoàn toàn khả thi. Quan hệ giữa trường đại học FPT với ngay các công ty thành viên trong tập đoàn FPT cũng dựa trên nguyên tắc này chứ không thể dùng mệnh lệnh hành chính.

Mặt khác, chúng ta cũng có thể nhìn thấy những khó khăn, rào cản mang tính bản chất trong các mối quan hệ hợp tác giữa trường đại học và doanh nghiệp mà quan trọng nhất có lẽ là sự khác biệt trong mục tiêu và động lực hợp tác. Doanh nghiệp, đặc biệt là doanh nghiệp Việt Nam, phần lớn quan tâm đến những động lực và mục tiêu ngắn hạn, trong vài tháng hay tối đa là một năm. Họ chưa sẵn sàng hy sinh nguồn lực tài chính, con người, lợi ích trước mắt cho những mục tiêu dài hơi hơn và không ổn định, chắc chắn như chất lượng tuyển dụng nhân sự trong tương lai.

Chính vì thế, ngoài những nỗ lực, tìm tòi cách làm từ phía nhà trường và doanh nghiệp, một trong những nhân tố hết sức quan trọng để điều tiết, dung hòa lợi ích của mỗi quan hệ này chính là các cơ chế chính sách của nhà nước. Các chính sách có thể bao gồm những quy định, quy chế bắt buộc đối với doanh nghiệp như dành cơ sở vật chất và nguồn lực cho hợp tác với trường đại học, nhận sinh viên thực tập, ... như một số nước đã làm. Các quy định cũng có thể đến từ các cơ quan quản lý nhà nước về giáo dục để yêu cầu các trường đại học phải có những chỉ số hoạt động bắt buộc liên quan đến hợp tác doanh nghiệp, nghiên cứu khoa học hay đảm bảo việc làm.

Ngoài các quy định mang tính bắt buộc, cũng rất cần các cơ chế khuyến khích, tạo động lực cho các doanh nghiệp hay nhà trường đang thực hiện tốt công tác này, đặc biệt liên quan

đến các công cụ và đòn bẩy tài chính, ưu đãi thuế, ưu đãi đầu tư phát triển, tự chủ đại học.

Tài liệu tham khảo

- [1] B-HERT, Universities' Third Mission: Communities Engagement. June 2006(No. 11).
- [2] Mishra, R. and K. Mishra, Industry-Academia Collaboration at Higher Education (Creating Win-Win Situation through CSR). International Journal of Management and Social Sciences Research (IJMSSR), 2015. 4(No. 5, May).
- [3] Đảng Cộng sản Việt Nam, Chiến lược phát triển kinh tế-xã hội 2011-2020. 2011.
- [4] Bach, T.L and Linh, C.M., Hoạt động liên kết trường đại học với doanh nghiệp-Áp dụng cho Việt Nam. Journal of Science, 2015, Vol.5 (1), 29-36, An Giang University.
- [5] Ly, P.T., Về quan hệ hợp tác giữa nhà trường và doanh nghiệp. 2016.
- [6] Rohrbeck, R. and H.M. Arnold, Making university-industry collaboration work - a case study on the Deutsche Telekom Laboratories contrasted with findings in literature, in ISPIM Annual Conference: "Networks for Innovation". 2006: Athens, Greece.
- [7] Hằng, N.T.T., Mối quan hệ giữa doanh nghiệp với trường đại học và viện nghiên cứu: Một nghiên cứu tại Việt Nam, in Trường Đại học Bách Khoa. 2010, Đại học Quốc gia TP. Hồ Chí Minh: Tp. Hồ Chí Minh.
- [8] Lemos, D.d.C. and S.A.F. Cario, University-industry interaction in Santa Catarina: evolutionary phases, forms of interaction, benefits, and barriers. RAI Revista de Administração e Inovação, 2016.
- [9] D'Este, P. and P. Patel, University-industry linkages in the UK: What are the factors underlying the variety of interactions with industry? Research Policy, 2007. 36: p. 1295-1313.
- [10] Trường Đại học FPT, Báo cáo định hướng chiến lược Trường Đại học FPT 2016-2021. 2015, Trường Đại học FPT.
- [11] Viện Nghiên cứu FPT, Báo cáo hoạt động nghiên cứu của Viện FTRI. 2016 Trường Đại học FPT.
- [12] Phòng Công tác sinh viên, Báo cáo tình hình việc làm của sinh viên sau tốt nghiệp, 2016, Trường Đại học FPT.

University-Industry Collaboration: A Case Study of FPT University

Nguyen Xuan Phong

*FPT University, Education and Training zone - Hoa Lac Hi-Tech Park - Km29,
Thang Long Highway, Thach That, Hanoi, Vietnam*

Abstract: University-industry collaboration is a voluntary activity, stemming from the demands of both sides for mutual benefits. Using a theoretical model of eight result-based modes of collaboration, the paper analyses and evaluates the current status of the collaboration between FPT University and industries. The paper concludes with some observations and implications for the university, industry and government to promote this type of partnership.

Keywords: University-industry collaboration, higher education, FPT University.