

# Cơ sở lí luận của hợp tác trường đại học và doanh nghiệp

**Nguyễn Diệu Cúc**

Email: nguyendieucuc@gmail.com  
 Học viện Quản lí giáo dục  
 31 Phan Đình Giót, Thanh Xuân,  
 Hà Nội, Việt Nam

**TÓM TẮT:** Trong bối cảnh nền kinh tế tri thức ngày càng phát triển, hợp tác trường đại học và doanh nghiệp trở thành xu thế tất yếu để giúp cả trường đại học và doanh nghiệp nâng cao chất lượng, hiệu quả hoạt động và sức cạnh tranh trong lĩnh vực ngành nghề của mình. Mục tiêu của bài viết nhằm hệ thống hoá cơ sở lí luận của hợp tác trường đại học và doanh nghiệp trên cơ sở tổng quan các nghiên cứu quốc tế về chủ đề này. Bài viết cũng phân tích, làm rõ bối cảnh và những động lực thúc đẩy hợp tác trường đại học và doanh nghiệp, những lợi ích đem lại cho các bên liên quan, các hình thức hợp tác phổ biến và các mô hình hệ sinh thái trường đại học và doanh nghiệp.

**TỪ KHÓA:** Hợp tác trường đại học và doanh nghiệp, giáo dục đại học, hệ sinh thái trường đại học và doanh nghiệp.

→ Nhận bài 10/4/2023 → Nhận bài đã chỉnh sửa 08/5/2023 → Duyệt đăng 15/9/2023.

**DOI:** <https://doi.org/10.15625/2615-8957/12310901>

## 1. Đặt vấn đề

Trường đại học có tên gốc Latin là *universitas magistrorum et scholarium*, có nghĩa là “cộng đồng các giảng viên và nhà khoa học”. Trường đại học được đặc trưng bởi vai trò lãnh đạo/dẫn dắt xã hội về mặt trí tuệ và tư tưởng; đại diện cho chân lí, công lí và lương tri của loài người. Để thực hiện được vai trò trên, trường đại học phải thực hiện hai sứ mệnh cơ bản là: 1) Sản xuất, kiến tạo tri thức (chức năng nghiên cứu của đại học); 2) Truyền bá, phổ biến, phát triển tri thức (chức năng đào tạo của đại học). Gần đây, giới học thuật đã bổ sung một sứ mạng thứ ba của trường đại học là “trách nhiệm xã hội”. Trong phạm vi bài viết này, trường đại học được định nghĩa là các cơ sở giáo dục đại học theo quy định của Luật Giáo dục Đại học 2018, là các cơ sở giáo dục thuộc hệ thống giáo dục quốc dân, thực hiện chức năng đào tạo các trình độ của giáo dục đại học, hoạt động khoa học và công nghệ, phục vụ cộng đồng [1].

Mặc dù trên thế giới, khái niệm “Doanh nghiệp” (Business) trong thuật ngữ University – Business Cooperation đang có xu hướng mở rộng ra các tổ chức văn hóa, xã hội dân sự, phi chính phủ, phi lợi nhuận, nhưng trong phạm vi bài viết này, doanh nghiệp được định nghĩa là đơn vị kinh tế có tư cách pháp nhân, quy tụ các phương tiện tài chính, vật chất và con người nhằm thực hiện các hoạt động sản xuất, cung ứng, tiêu thụ sản phẩm hoặc dịch vụ, trên cơ sở tối đa hóa lợi ích của người tiêu dùng, thông qua đó tối đa hóa lợi ích của chủ sở hữu, đồng thời kết hợp một cách hợp lí các mục tiêu xã hội.

Hợp tác trường đại học và doanh nghiệp (*University - Business Cooperation* hoặc *University - Industry Collaboration*) là những giao dịch, tương tác trực tiếp hay gián tiếp, cá nhân hay không mang tính cá nhân

giữa các trường đại học và các doanh nghiệp nhằm hỗ trợ lẫn nhau vì lợi ích của cả hai bên. Ở một khía cạnh khác, hợp tác trường đại học và doanh nghiệp là một quá trình phức tạp, đa chiều, cần tới quan hệ hợp tác giữa nhiều bên liên quan ở cả cấp độ cá nhân và tổ chức [2], [3]. Quan niệm truyền thống về trường đại học - “nơi đào tạo nguồn nhân lực” và doanh nghiệp - “nơi sử dụng sản phẩm đào tạo của trường đại học” hiện nay đã thay đổi. Trường đại học và doanh nghiệp trở thành những đối tác có vị thế ngang bằng nhau, cùng hợp tác với nhau để hướng tới những mục tiêu chung, đem lại lợi ích cho cả hai bên và cho xã hội.

Trong những năm gần đây, hệ thống cơ sở pháp lí cho tăng cường hợp tác trường đại học và doanh nghiệp ngày càng được hoàn thiện. Trước năm 2010, các văn bản quan trọng nhất liên quan tới chủ đề này là Nghị quyết 14/2005/NQ-CP về Đổi mới cơ bản và toàn diện giáo dục đại học và cuộc vận động “*Nói không với đào tạo không đạt chuẩn và đào tạo không theo nhu cầu xã hội*” [4]. Từ năm 2010, Thủ tướng Chính phủ đã có Chỉ thị số 18/2012/CT-TTg về việc Triển khai thực hiện quy hoạch phát triển nhân lực Việt Nam giai đoạn 2011-2020 và đẩy mạnh đào tạo theo nhu cầu phát triển của xã hội giai đoạn 2011-2015 [5]. Chiến lược Phát triển giáo dục Việt Nam giai đoạn 2011-2020 đã đề ra một trong những giải pháp phát triển giáo dục là: “Tăng cường gắn đào tạo với sử dụng, nghiên cứu khoa học và chuyển giao công nghệ đáp ứng nhu cầu xã hội” với những định hướng chỉ đạo rất cụ thể như: “Quy định trách nhiệm của doanh nghiệp trong đầu tư phát triển đào tạo nhân lực” và khuyến khích sự phối hợp giữa nhà trường và doanh nghiệp [6]. Luật Giáo dục Đại học 2012 đã quy định chính sách của Nhà nước về phát triển giáo dục đại học: “Gắn đào tạo với nghiên cứu và triển

khai ứng dụng khoa học và công nghệ; đẩy mạnh hợp tác giữa cơ sở giáo dục đại học với tổ chức nghiên cứu khoa học và với doanh nghiệp” [7]. Nghị quyết 29 về Đổi mới căn bản, toàn diện giáo dục và đào tạo đã đề ra quan điểm: “Coi sự chấp nhận của thị trường lao động đối với người học là tiêu chí quan trọng để đánh giá uy tín, chất lượng của cơ sở giáo dục đại học, nghề nghiệp và là căn cứ để định hướng phát triển các cơ sở giáo dục, đào tạo và ngành nghề đào tạo”, “Đẩy mạnh đào tạo, bồi dưỡng năng lực, kỹ năng nghề tại cơ sở sản xuất, kinh doanh...” [8]. Luật Giáo dục Đại học sửa đổi 2018 quy định gắn đào tạo với nhu cầu sử dụng lao động của thị trường, nghiên cứu triển khai ứng dụng khoa học và công nghệ; đẩy mạnh hợp tác giữa cơ sở giáo dục đại học với doanh nghiệp, tổ chức khoa học và công nghệ; có chính sách ưu đãi về thuế cho các sản phẩm khoa học và công nghệ của cơ sở giáo dục đại học; khuyến khích cơ quan, tổ chức, doanh nghiệp tiếp nhận, tạo điều kiện để người học và giảng viên thực hành, thực tập, nghiên cứu khoa học và chuyển giao công nghệ, góp phần nâng cao chất lượng đào tạo [1]. Hệ thống cơ sở văn bản trên cho thấy nỗ lực của hệ thống giáo dục đại học trong việc tạo môi trường pháp lý thuận lợi cho hợp tác trường đại học và doanh nghiệp, vì mục tiêu đem lại lợi ích cho các bên liên quan.

Số lượng các đề tài nghiên cứu về thực trạng hợp tác trường đại học và doanh nghiệp ngày càng tăng [9], [10], [11], [12], [13]. Bài viết góp phần giải quyết khoảng trống hiện tại trong các nghiên cứu hiện tại ở Việt Nam là xây dựng cơ sở lý luận đầy đủ về vấn đề hợp tác trường đại học và doanh nghiệp ở Việt Nam. Để đạt được mục tiêu nghiên cứu này, bài viết sử dụng phương pháp nghiên cứu tài liệu tại chỗ. Cụ thể, tác giả tiến hành tổng quan các nghiên cứu quốc tế trong giai đoạn 2010 đến nay về chủ đề hợp tác trường đại học và doanh nghiệp được đăng tải trên các cơ sở dữ liệu Google và Google Scholars (với các từ khoá được sử dụng là University business cooperation, University industry collaboration). Nội dung các nghiên cứu được chọn lọc, sắp xếp và đưa vào các chủ đề lý thuyết phù hợp. Kết quả của nghiên cứu này có thể là nguồn tham khảo hữu ích cho các nghiên cứu thực tiễn tiếp theo về chủ đề này.

## 2. Nội dung nghiên cứu

### 2.1. Bối cảnh tăng cường hợp tác trường đại học và doanh nghiệp

Trong bối cảnh nền kinh tế tri thức ngày càng phát triển, cả trường đại học và doanh nghiệp đã và đang đứng trước những thách thức mới của môi trường kinh tế, xã hội, công nghệ và kỹ thuật, từ đó nảy sinh nhu cầu hợp tác để giải quyết những thách thức đó. Cụ thể như sau:

#### *Về phía doanh nghiệp:*

*Thứ nhất*, từ những năm 1990, cùng với sự phát triển của nền kinh tế tri thức và làn sóng đổi mới, mỗi doanh nghiệp muốn tồn tại và phát triển phải liên tục tạo ra những sản phẩm mới, có hàm lượng tri thức cao và có tính đột phá. Để đáp ứng được yêu cầu đó, doanh nghiệp có hai lựa chọn: Một là, tăng cường đầu tư cho hoạt động nghiên cứu và phát triển (R&D) của doanh nghiệp; Hai là, tìm kiếm nguồn tri thức bên ngoài (từ các trường đại học, viện nghiên cứu). Cả hai lựa chọn trên đều ngày càng phổ biến. Với lựa chọn thứ nhất, có thể nhận thấy qua xu thế tích hợp các yếu tố học tập và R&D trong chiến lược doanh nghiệp nhằm duy trì lợi thế cạnh tranh. Với lựa chọn thứ hai, có thể nhận thấy qua các hình thức liên minh hợp tác R&D giữa doanh nghiệp và trường đại học rất đa dạng (doanh nghiệp đặt hàng/tài trợ/hợp tác với trường đại học để thực hiện các đề tài R&D; sự ra đời của các trường đại học doanh nghiệp - entrepreneur university...). Đây được xem là công cụ chủ đạo giúp thúc đẩy chuyển giao tri thức và nâng cao năng lực của doanh nghiệp trong giải quyết có hiệu quả những vấn đề thị trường và công nghệ [14].

*Thứ hai*, trong bối cảnh nền kinh tế tri thức, để hình thành nguồn nhân lực trình độ cao - yếu tố quyết định sự thành công của mỗi doanh nghiệp, các doanh nghiệp nhận thấy rằng, chỉ bằng con đường hợp tác với trường đại học, doanh nghiệp sẽ tìm kiếm và thu hút được những tài năng xuất sắc nhất để nuôi dưỡng, tạo nguồn từ sớm, tạo dựng khả năng phát triển bền vững cho tương lai. Vì vậy, các doanh nghiệp không chỉ là nơi tiếp nhận sản phẩm đào tạo mà đã chủ động tham gia vào quá trình đào tạo để cùng tạo ra những sản phẩm đáp ứng nhu cầu trực tiếp của doanh nghiệp. Xu thế này có thể nhận thấy qua việc doanh nghiệp tài trợ cho trường đại học; tạo điều kiện cho sinh viên thực tập, thực hành, khởi nghiệp; doanh nghiệp tham gia xây dựng chương trình đào tạo và giảng dạy trong nhà trường đào tạo [14].

*Thứ ba*, liên quan tới nhận thức mới về vai trò của doanh nghiệp trong bối cảnh mới. Hiện nay, doanh nghiệp không chỉ là một tổ chức sản xuất kinh doanh đặt mục tiêu duy nhất là tạo ra ngày càng nhiều lợi nhuận kinh tế mà còn phải thực hiện “trách nhiệm xã hội/cộng đồng”. Người tiêu dùng không chỉ quan tâm tới các doanh nghiệp có sản phẩm tốt mà còn đánh giá cao những lợi ích thiết thực phục vụ cho cộng đồng (như bảo vệ môi trường, tham gia các hoạt động xã hội, từ thiện...). Vì vậy, hợp tác với trường đại học cũng là một phương thức thực hiện “trách nhiệm xã hội” của doanh nghiệp, giúp nâng cao uy tín, củng cố thương hiệu và từ đó gián tiếp cải thiện lợi nhuận cho doanh nghiệp [14].

#### *Về phía trường đại học:*

*Thứ nhất*, cũng như các doanh nghiệp, thay đổi đáng

ghi nhận nhất đối với trường đại học có ảnh hưởng tới động lực và nhu cầu hợp tác của trường đại học đó là sự xuất hiện quan niệm mới về “sứ mệnh thứ ba” của trường đại học [15]. Trường đại học không chỉ là nơi lưu giữ, kiến tạo và truyền bá tri thức thông qua hai hoạt động chính là giảng dạy và nghiên cứu khoa học, mà còn có vai trò và trách nhiệm đối với công cuộc phát triển kinh tế - xã hội của địa phương, quốc gia và quốc tế. Để thực hiện được sứ mệnh thứ ba đó, trường đại học không thể tồn tại như một “ốc đảo” riêng biệt mà cần mở cửa, hợp tác với bên ngoài để chuyển giao tri thức thành sản phẩm cụ thể, hữu ích cho cộng đồng. Từ đó, trường đại học nảy sinh xu thế thương mại hóa kết quả nghiên cứu thông qua hợp tác với giới doanh nghiệp (xem Bảng 1).

**Bảng 1: Sứ mệnh và vai trò của trường đại học**

Giảng dạy	Nghiên cứu khoa học	Trách nhiệm xã hội
Gìn giữ và truyền bá tri thức	Cuộc cách mạng học thuật lần thứ nhất	Cuộc cách mạng học thuật lần thứ hai
Sứ mệnh thứ nhất: Giảng dạy (từ thế kỉ XII đến giữa thế kỉ XIX)	Sứ mệnh thứ hai: Nghiên cứu khoa học (từ giữa thế kỉ XIX đến nay)	Sứ mệnh thứ ba: Giảng dạy, nghiên cứu, đóng góp cho sự phát triển kinh tế - xã hội của cộng đồng (từ đầu thế kỉ XX)

(Nguồn: LSE Enterprise (2012) [16])

Theo Thông báo của Hội nghị Giáo dục đại học thế giới Paris diễn ra vào tháng 7 năm 2009, phân tích hiện trạng và xu thế của giáo dục đại học thế giới, trong đó có chủ đề “Học tập, nghiên cứu và đổi mới” cho rằng, giáo dục đại học cần phải tạo ra sự cộng tác đem lại lợi ích tương hỗ với các cộng đồng và xã hội dân sự để thúc đẩy sự chia sẻ và chuyển giao các tri thức thích hợp. Vấn đề hiện nay không còn là trường đại học có nên theo đuổi việc tạo ra tri thức để thu lợi nhuận hay không, mà là bản thân nhà trường phải đổi mới tổ chức để thích ứng với những hình thức hợp tác với doanh nghiệp [15].

*Thứ hai*, một nguyên nhân khác có thể kể đến là do xu thế giảm nguồn kinh phí bao cấp từ Nhà nước và tăng cường cấp kinh phí theo hình thức cạnh tranh. Trong nội bộ trường đại học, xu thế chung là giảm nguồn kinh phí nội bộ (*institutional funding*) cho các hoạt động nghiên cứu và tăng cường tiếp cận các nguồn kinh phí từ khu vực tư nhân. “Với nhu cầu tài trợ gia tăng cho nghiên cứu và phát triển ở nhiều nước, các trường đại học cần tìm cách để tăng cường nghiên cứu và đổi mới thông qua sự cộng tác công - tư nhiều phía có lợi ích liên quan, bao gồm cả các doanh nghiệp vừa và nhỏ” [15].

*Thứ ba*, cũng như các doanh nghiệp trong bối cảnh hiện nay, trường đại học cũng đang đứng trước thách

thức cạnh tranh và yêu cầu nâng cao chất lượng đào tạo, nghiên cứu khoa học. Với nguồn lực có hạn, trường đại học nảy sinh nhu cầu tiếp cận các nguồn tri thức, kinh nghiệm bên ngoài để tăng cường nội lực [16]. Trong khi đó, các doanh nghiệp là nơi tập trung nguồn lực vật chất, tài chính và là môi trường thực tiễn lí tưởng để sinh viên, cán bộ, giảng viên trường đại học trải nghiệm. Ví dụ, giảng viên trường đại học có kiến thức chuyên sâu và nghiệp vụ sư phạm vững vàng nhưng lại thiếu kinh nghiệm thực tiễn sản xuất không được thường xuyên tiếp xúc với trang thiết bị hiện đại cũng như công nghệ mới. Hoặc cơ sở vật chất trong trường đại học thường lạc hậu hơn so với sự thay đổi trang thiết bị và công nghệ ở doanh nghiệp. Vì vậy, hợp tác với doanh nghiệp, tạo ra sự liên kết chặt chẽ với thế giới việc làm là phương án tối ưu giúp trường đại học giải quyết khó khăn và những yêu cầu đặt ra.

*Thứ tư*, một xu thế quan trọng trong quản trị đại học có tác động tới quan hệ hợp tác trường đại học và doanh nghiệp đó là dân chủ hóa quản lí nhà trường. Khi trường đại học đã thực hiện “trách nhiệm xã hội” đối với cộng đồng thì: “Với tư cách là một lợi ích công, giáo dục đại học là trách nhiệm của mọi bên có lợi ích liên quan” [15]. Xu thế này có thể được nhận thấy qua sự tham gia của đại diện các bên có liên quan (trong đó có doanh nghiệp) trong cơ cấu tổ chức và quản trị trường đại học (Ví dụ: Hội đồng trường).

*Thứ năm*, hiện nay, quan hệ hợp tác này đang chuyển từ mô hình hợp tác hai bên: Trường đại học - doanh nghiệp, hướng tới những lợi ích cụ thể của hai bên như tạo ra các sản phẩm mới cho doanh nghiệp hoặc giải quyết đầu ra cho các kết quả nghiên cứu của trường đại học... sang mô hình ba bên: Trường đại học - Doanh nghiệp - Nhà nước, hướng tới giải quyết những vấn đề phát triển kinh tế, xã hội của địa phương và đất nước cũng như đáp ứng tốt hơn nhu cầu của doanh nghiệp và trường đại học. Trong xu thế tăng cường các chính sách đổi mới - sáng tạo ở các quốc gia đã xuất hiện quan điểm mới về hợp tác. “Quan hệ ba nhà” (*Triple helix*) là một thuật ngữ đề cập đến ba lực lượng tham gia chính, gồm: 1) Nhà doanh nghiệp - thường là chủ sở hữu của các đổi mới - sáng tạo; 2) Nhà trường - nơi tạo ra tri thức, hỗ trợ cho quá trình đổi mới - sáng tạo với các kiến thức và ý tưởng mới; 3) Nhà nước - hỗ trợ quá trình đổi mới thông qua khung chính sách, kinh phí hoặc kĩ thuật. Ba lực lượng này tạo ra một thể chân vạc có quan hệ hợp tác chặt chẽ với nhau, trong đó trường đại học được giao trọng trách là động lực chính để phát triển hệ thống đổi mới - sáng tạo quốc gia [17].

*Thứ sáu*, theo quan điểm xã hội hóa giáo dục với hai luận điểm chính là “xã hội hóa giáo dục” và “giáo dục hóa xã hội”: Giáo dục có mục tiêu nâng cao dân trí, đào tạo nhân lực, bồi dưỡng nhân tài, xây dựng xã hội học

tập và khi mọi người được hưởng thụ giáo dục thì mọi người và toàn xã hội phải có trách nhiệm về tinh thần và vật chất đối với sự nghiệp giáo dục [18]. Như vậy, quan hệ hợp tác giữa trường đại học và doanh nghiệp là một biểu hiện cụ thể của xã hội hóa giáo dục, khi các bên cùng đóng góp cho sự nghiệp phát triển giáo dục và từ đó, giáo dục sẽ đóng góp cho công cuộc phát triển kinh tế - xã hội của địa phương và quốc gia. Tóm lại, từ phân tích bối cảnh kể trên, có thể rút ra những nhận định sau:

*Một là*, hợp tác trường đại học và doanh nghiệp là một mối quan hệ phản ánh những vấn đề của thời kỳ chuyển đổi từ xã hội công nghiệp sang xã hội tri thức. Đó không chỉ là một phương thức thể hiện “trách nhiệm xã hội” của cả hai bên, mà còn là nhu cầu nội sinh đến từ cả hai phía, là xu thế tất yếu để đáp ứng những yêu cầu mới của nền kinh tế tri thức đặt ra đối với trường đại học và doanh nghiệp.

*Hai là*, hợp tác trường đại học và doanh nghiệp sẽ đem lại những lợi ích thiết thực cho nhiều bên có liên quan, trong đó quan trọng nhất là thúc đẩy chia sẻ và chuyển giao tri thức, tạo ra những cơ hội đem lại lợi nhuận, tăng cường triển vọng việc làm của sinh viên sau khi ra trường, phục vụ mục tiêu phát triển kinh tế - xã hội của địa phương và quốc gia.

*Ba là*, cả trong quan hệ hợp tác hai bên (Trường đại học - Doanh nghiệp) hay ba bên (Trường đại học - Doanh nghiệp - Nhà nước), trường đại học luôn đóng vai trò đi đầu, là động lực chính trong việc kiến tạo tri thức và đổi mới, sáng tạo, đem lại những giá trị, lợi ích mới cho các bên có liên quan và đóng góp chung cho sự phát triển của cộng đồng, xã hội.

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

Trên cơ sở khung lý thuyết của Davey và cộng sự (2011), các hình thức hợp tác trường đại học và doanh nghiệp bao gồm [14]:

*Hợp tác trong đào tạo*: Phát triển chương trình đào tạo; Tham gia giảng dạy/điển thuyết; Phát triển môi trường học tập và thúc đẩy khả năng lưu chuyển của sinh viên (tạo điều kiện cho sinh viên thực hành, thực tập tại doanh nghiệp; Tổ chức các cuộc thi cho sinh viên liên quan tới chuyên ngành đào tạo...); Tuyển dụng sinh viên tốt nghiệp; Đào tạo nguồn nhân lực theo nhu cầu của doanh nghiệp; Doanh nghiệp tài trợ kinh phí cho hoạt động đào tạo.

*Hợp tác trong nghiên cứu khoa học*: Hợp tác cùng thực hiện các đề tài khoa học và công nghệ; Thực hiện các đề tài khoa học và công nghệ theo đặt hàng của doanh nghiệp; Thương mại hóa kết quả nghiên cứu khoa học và công nghệ; Thúc đẩy luân chuyển cán bộ, giảng viên, nhân viên trường đại học tới doanh nghiệp và ngược lại; Doanh nghiệp tài trợ kinh phí cho hoạt động nghiên cứu khoa học của trường đại học.

*Hợp tác trong quản lý nhà trường*: Doanh nghiệp tham gia đóng góp ý kiến trong các hoạt động quản lý nhà trường; Doanh nghiệp tham gia trong cơ cấu quản lý của nhà trường.

Trong đa số trường hợp, trường đại học đóng vai trò chủ trì và doanh nghiệp đóng vai trò phối hợp để các hoạt động hợp tác được hướng theo đúng mục tiêu đào tạo, nghiên cứu khoa học, quản lý nhà trường. Tuy nhiên, trong một số hình thức hợp tác cụ thể mà mục tiêu của doanh nghiệp cần được ưu tiên hơn (Ví dụ, tuyển dụng sinh viên tốt nghiệp, thực hiện các đề tài khoa học theo đặt hàng của doanh nghiệp, thương mại hóa kết quả nghiên cứu khoa học và công nghệ...) thì doanh nghiệp đóng vai trò chủ trì còn trường đại học đóng vai trò tích hợp phối hợp.

## 2.3. Các lợi ích của hợp tác trường đại học và doanh nghiệp

Hợp tác trường đại học và doanh nghiệp đem lại lợi ích cho nhiều bên liên quan [14], [19].

*Đối với trường đại học*:

- Góp phần nâng cao chất lượng đào tạo, gắn đào tạo với nhu cầu của thị trường lao động; nâng cao thương hiệu và uy tín của nhà trường;
- Nâng cao chất lượng nghiên cứu khoa học, gắn sản phẩm nghiên cứu với thực tiễn, đẩy nhanh quá trình chuyển giao tri thức và công nghệ;
- Tăng nguồn thu tài chính và các nguồn lực vật chất; tăng thu nhập cho cán bộ, giảng viên trong trường;
- Tạo điều kiện cho cán bộ, giảng viên có cơ hội tiếp xúc, làm việc trong môi trường học thuật gắn liền với thực tiễn.

*Đối với sinh viên*:

- Hoàn thiện kiến thức nghề nghiệp, phát triển các kỹ năng mềm và hình thành thái độ nghề nghiệp đúng đắn; nhờ các hoạt động học tập gắn liền với thực tiễn nghề nghiệp theo nguyên lý học đi đôi với hành, giáo dục gắn liền với lao động sản xuất, lý luận gắn liền với thực tiễn.
- Giúp sinh viên dễ dàng thích nghi với môi trường làm việc thực tế sau khi tốt nghiệp; hình thành định hướng nghề nghiệp rõ ràng;
- Cơ hội tăng thu nhập cho sinh viên;
- Tạo dựng mối quan hệ nghề nghiệp, tăng cơ hội tìm việc làm cho sinh viên sau khi ra trường.

*Đối với doanh nghiệp*:

- Nâng cao hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp, tăng cường lợi thế cạnh tranh trên thị trường;
- Giúp doanh nghiệp chủ động xây dựng đội ngũ nhân viên có trình độ đáp ứng yêu cầu của doanh nghiệp, chuẩn bị nguồn nhân lực cho sự phát triển bền vững trong tương lai;
- Quảng bá hình ảnh, tạo uy tín trong xã hội.

*Đối với xã hội*:

- Nâng cao chất lượng đào tạo lực lượng lao động,

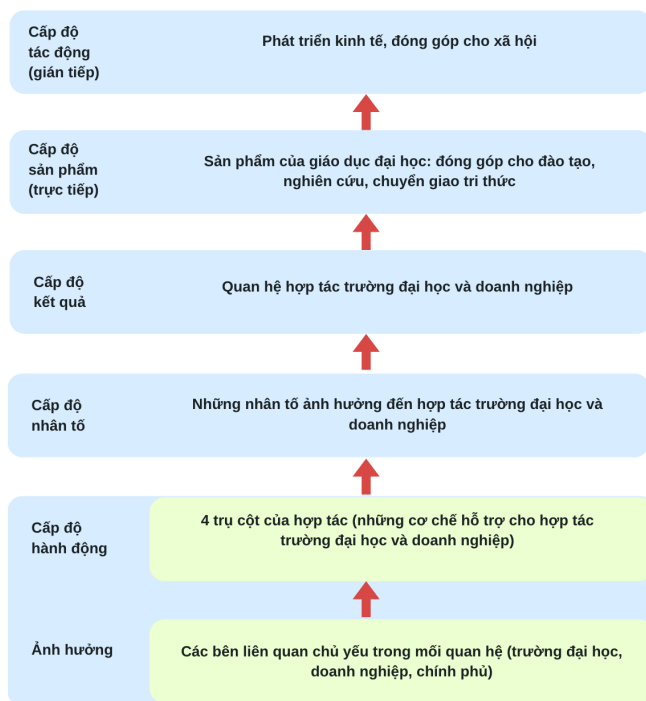
đáp ứng yêu cầu của công cuộc phát triển kinh tế - xã hội của địa phương và quốc gia;

- Tạo ra nhiều sản phẩm nghiên cứu khoa học có giá trị và ý nghĩa phục vụ cộng đồng.

**2.4. Các mô hình hệ sinh thái hợp tác trường đại học và doanh nghiệp**

**2.4.1. Mô hình của Davey và cộng sự (2011)**

Mô hình hệ sinh thái hợp tác trường đại học và doanh nghiệp của Davey và cộng sự (2011) chỉ ra bản chất phức tạp của quan hệ giữa trường đại học và doanh nghiệp, trong đó hợp tác trường đại học và doanh nghiệp chỉ là một cấp độ trong mô hình hệ sinh thái hợp tác trường đại học và doanh nghiệp [14] (xem Hình 1):



Hình 1: Mô hình hệ sinh thái hợp tác trường đại học và doanh nghiệp [14]

Ở cấp độ hành động - nơi những hành động kích thích mối quan hệ hợp tác này diễn ra. Đây là nơi chứa đựng bốn cột trụ qua đó các hoạt động sẽ tạo ra ảnh hưởng đến phạm vi và mức độ của mối quan hệ giữa nhà trường và doanh nghiệp, đó là: 1) Chiến lược; 2) Cơ cấu và cách tiếp cận; 3) Hành động; 4) Các điều kiện khung. Có thể hiểu, cấp độ hành động chính là các biện pháp quản lý của chủ thể quản lý, bao gồm “bộ ba” trường đại học, Nhà nước và doanh nghiệp.

Ở cấp độ nhân tố: Hoạt động quản lý sẽ quy định những nhân tố ảnh hưởng đến kết quả hợp tác giữa nhà trường và doanh nghiệp, bao gồm: 1) Nhận thức về lợi ích; 2) Động lực; 3) Rào cản; 4) Các nhân tố bối cảnh.

Ở cấp độ kết quả - nơi phạm vi, mức độ của mối quan hệ hợp tác giữa nhà trường và doanh nghiệp có thể nhìn

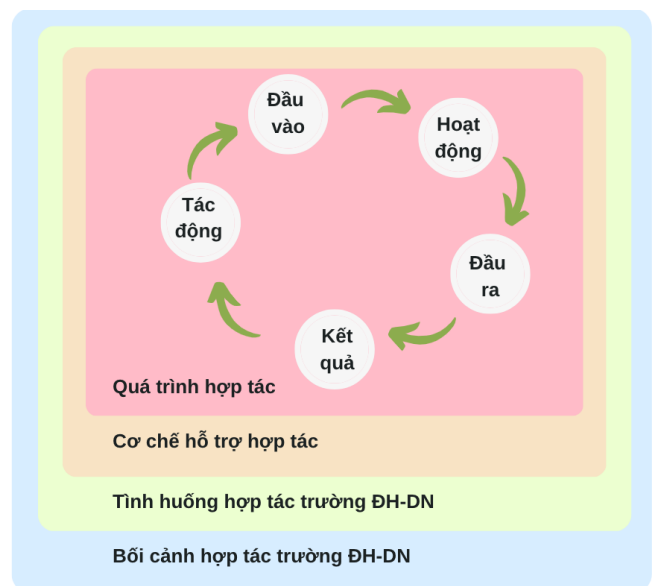
thấy được. Cấp độ kết quả chính là sản phẩm thể hiện của hoạt động quản lý và của các nhân tố ảnh hưởng. Ở cấp độ này, Todd Davey & Galan-Muros (2011) đề xuất tám hình thức hợp tác giữa nhà trường và doanh nghiệp là: hợp tác trong nghiên cứu; lưu chuyển các nhà khoa học, sinh viên; thương mại hóa kết quả nghiên cứu; xây dựng và thực hiện chương trình đào tạo; học tập suốt đời; hỗ trợ sáng nghiệp và tham gia quản trị nhà trường.

Ở cấp độ sản phẩm: Các kết quả của hoạt động hợp tác giữa trường đại học và doanh nghiệp có đóng góp những sản phẩm gì cho xã hội? Cụ thể là: tạo ra kiến thức mới (thông qua nghiên cứu, thể hiện qua sáng chế, phát minh, bài báo khoa học), thúc đẩy sản xuất (qua chuyển giao công nghệ, thể hiện qua tăng trưởng kinh tế dựa trên tri thức), cung cấp nguồn nhân lực có kỹ năng (thông qua đào tạo, thể hiện qua số sinh viên tốt nghiệp có việc làm) như thế nào?...

Ở cấp độ tác động: Quan hệ hợp tác giữa nhà trường và doanh nghiệp đã tác động đến tăng trưởng kinh tế ở tầm vĩ mô như thế nào? Những sản phẩm mà quan hệ nhà trường và doanh nghiệp tạo ra có làm thay đổi tiêu chuẩn sống, phương thức sản xuất hay cách thức mà xã hội này đang tồn tại và nền kinh tế này đang vận hành?

**2.4.2. Mô hình của Muros & Davey (2019)**

Muros & Davey (2019) tiếp tục phát triển mô hình hệ sinh thái hợp tác trường đại học và doanh nghiệp theo hướng hoàn thiện hơn. Cụ thể, mô hình mới đã tích hợp nhiều yếu tố vĩ mô và vi mô, đầu vào - đầu ra của quá trình hợp tác; làm rõ hơn các cấp độ kết quả từ hoạt động hợp tác (cả kết quả ngắn hạn và tác động dài hạn); bổ sung nhóm nhân tố “cơ chế hỗ trợ hợp tác”; làm rõ ba cấp độ cá nhân - tổ chức - môi trường trong bối cảnh



Hình 2: Mô hình hệ sinh thái hợp tác trường đại học và doanh nghiệp [17]

của hợp tác trường đại học và doanh nghiệp. Theo đó, hệ sinh thái hợp tác trường đại học và doanh nghiệp gồm các nhân tố và cấp độ sau [17] (xem Hình 2):

*Quá trình hợp tác trường đại học và doanh nghiệp:*

- Các yếu tố đầu vào gồm nguồn nhân lực, tài chính, cơ sở vật chất.

- Các hoạt động hợp tác:

*Trong giáo dục, đào tạo:* Cùng phát triển và triển khai chương trình đào tạo, học tập suốt đời, tăng cường khả năng lưu chuyển của sinh viên.

*Trong nghiên cứu:* Thúc đẩy khả năng lưu chuyển nghề nghiệp, hợp tác nghiên cứu và phát triển (R&D).

*Trong lĩnh vực thương mại:* Thương mại hoá kết quả nghiên cứu và phát triển, khởi nghiệp.

*Kết quả từ hoạt động hợp tác trường đại học và doanh nghiệp:*

- Các đầu ra (output): Đối với trường đại học, giảng viên/nhà khoa học, doanh nghiệp và đối với sinh viên.

- Các kết quả (outcomes): Đối với trường đại học, giảng viên/nhà khoa học, doanh nghiệp và đối với sinh viên.

- Các tác động (impacts): Đối với trường đại học, giảng viên/nhà khoa học, doanh nghiệp, sinh viên, đối với cộng đồng xã hội, giới học thuật, khu vực doanh nghiệp và đối với địa phương/khu vực.

*Cơ chế hỗ trợ hợp tác trường đại học và doanh nghiệp:*

- Chính sách hỗ trợ hợp tác: Cơ chế kinh tế, tài chính, pháp lý và các cơ chế khác.

- Chiến lược hỗ trợ hợp tác: Các chiến lược được lưu thành văn bản, các chiến lược hành động.

- Cơ cấu tổ chức hỗ trợ hợp tác: Cơ cấu dựa trên con

người (people-based), dựa vào văn phòng/trung tâm (office/centre-based), dựa vào chương trình (program-based).

- Cơ chế vận hành để hỗ trợ hợp tác: Cơ chế thông tin và truyền thông, cơ chế kết nối và hỗ trợ, cơ chế đào tạo, huấn luyện và thảo luận.

*Tình huống hợp tác trường đại học và doanh nghiệp:*

- Rào cản của hợp tác.

- Động lực của hợp tác.

*Bối cảnh hợp tác trường đại học và doanh nghiệp:*

- Cấp độ cá nhân: Tuổi của người tham gia, giới tính, lĩnh vực chuyên môn, kinh nghiệm làm việc ở trường đại học, kinh nghiệm làm việc trong giới doanh nghiệp.

- Cấp độ tổ chức: Loại hình trường đại học, quy mô của trường đại học.

- Cấp độ môi trường: Bối cảnh kinh tế, văn hoá, xã hội, môi trường nơi trường đại học tọa lạc.

### 3. Kết luận

Kết quả nghiên cứu cho thấy tính tất yếu của xu hướng hợp tác trường đại học và doanh nghiệp và những lợi ích thiết thực mà hoạt động này đem lại cho các bên liên quan. Theo Orazbayeva và cộng sự (2019), các nghiên cứu trong tương lai có thể tiếp tục làm rõ những vấn đề cụ thể của hợp tác trường đại học và doanh nghiệp như [20]: Khung chính sách cho hợp tác; các cơ chế, biện pháp đo lường kết quả và đánh giá chỉ số hoạt động (KPI); các chiến lược và tiếp cận hợp tác của mỗi bên; sự tham gia của các bên liên quan trong hợp tác; sự khác biệt của hợp tác trường đại học và doanh nghiệp do yếu tố bối cảnh; xu hướng khởi nghiệp từ các hoạt động hợp tác.

### Tài liệu tham khảo

- [1] Quốc hội, (2018), *Luật Sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Giáo dục Đại học, Luật số 34/2018/QH14.*
- [2] Perkmann, M. et al, (2013), *Academic engagement and commercialisation: a review of the literature on university-industry relations*, Research Policy, 42(2), 423-442.
- [3] Wilson, T, (2012), *A Review of Business-University Collaboration, Department for Business, Innovation and Skills, Government of the United Kingdom, UK.*
- [4] Chính phủ, (2005), *Nghị quyết số 14/2005/NQ-CP về Đổi mới cơ bản, toàn diện giáo dục đại học Việt Nam giai đoạn 2006-2020.*
- [5] Thủ tướng Chính phủ, (2012), *Chỉ thị 18/2012/CT-TTg về việc Triển khai thực hiện quy hoạch phát triển nhân lực Việt Nam giai đoạn 2011-2020 và đẩy mạnh đào tạo theo nhu cầu phát triển của xã hội giai đoạn 2011-2015.*
- [6] Chính phủ, (2012), *Chiến lược Phát triển giáo dục giai đoạn 2011-2020.*
- [7] Quốc hội, (2012), *Luật Giáo dục Đại học số 08/2012/QH13.*
- [8] Đảng Cộng sản Việt Nam, (2013), *Nghị quyết số 29 - NQ/TW ngày 04 tháng 11 năm 2013 về Đổi mới căn bản, toàn diện giáo dục và đào tạo, đáp ứng yêu cầu công nghiệp hóa, hiện đại hóa trong điều kiện kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa và hội nhập quốc tế.*
- [9] Nguyễn Kim Dung - Phạm Thị Hương, (2017a), *Hệ sinh thái hợp tác của các trường đại học Việt Nam và doanh nghiệp: Quan điểm của giảng viên*, Tạp chí Khoa học, Trường Đại học An Giang, 17(5), tr.77-94.
- [10] Nguyễn Kim Dung - Phạm Thị Hương, (2017b), *Thực trạng hợp tác của các trường đại học với doanh nghiệp ở Việt Nam*. Tạp chí Khoa học, Trường Đại học Sư phạm Thành phố Hồ Chí Minh, 14(4), tr.29-41.
- [11] Nguyễn Minh Hiền - Nguyễn Hoàng Lan, (4/2014), *Liên kết trường Đại học - Doanh nghiệp ở Việt Nam: Thực trạng và giải pháp tháo gỡ các rào cản*, Tạp chí Giáo dục, số 202.
- [12] Phạm Thị Thu Phương, (5/2016), *Các phương thức hợp tác giữa cơ sở đào tạo với doanh nghiệp trong đào tạo sinh viên ngành Du lịch đáp ứng nhu cầu hội nhập*, Tạp chí Phát triển Khoa học và Công nghệ, số 19.

- [13] 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, 32(4), tr.69-80.
- [14] Davey, T., Baaken, T., Muros, V. G., & Meerman, A, (2011), *The State of European UBC*, Germany: Science-to-Marketing Research Centre.
- [15] Lâm Quang Thiệp, (2013), *Giáo dục đại học thế giới - Lược sử, hiện trạng và phương hướng phát triển*, Tài liệu bồi dưỡng Nghiệp vụ sư phạm cho giảng viên trường đại học, cao đẳng, NXB Giáo dục, Hà Nội.
- [16] LSE Enterprise, (2012), *Study on University - Business Cooperation in the US*.
- [17] Muros, V. G., Davey, T, (2019), *The UBC ecosystem: putting together a comprehensive framework for university-business cooperation*, The Journal of Technology Transfer, 44 (2019), 1311–1346.
- [18] Chính phủ, (30/5/2008), *Nghị định số 69/2008/NĐ-CP về Chính sách khuyến khích xã hội hóa đối với các hoạt động trong lĩnh vực giáo dục, dạy nghề, y tế, văn hóa, thể thao, môi trường*.
- [19] Wilson, T, (2012), *A Review of Business - University Collaboration*, London: Higher Education Funding Council for England.
- [20] Orazbayeva, B., Plewa, C., Davey, T., & Muros, V. G., (2019), *The Future of University - Business Cooperation: Research and Practice Priorities*, Journal of Engineering and Technology Management, 54(2019), p.67-80.

## THE THEORETICAL BASIS OF UNIVERSITY - BUSINESS COOPERATION

### Nguyen Dieu Cuc

Email: nguyendieucuc@gmail.com  
National Academy of Education Management  
31 Phan Dinh Giot, Thanh Xuan, Hanoi, Vietnam

**ABSTRACT:** *In today's knowledge-based economy, collaboration between universities and businesses has become essential for enhancing quality, operational effectiveness, and competitiveness. This article provides a comprehensive review of international literature on the topic, outlining the theoretical foundations of this collaboration. The piece explores the context and motivations behind university-business cooperation, the benefits it delivers for stakeholders, the typical forms of collaboration, and current ecosystem models.*

**KEYWORDS:** *University - business cooperation, higher education, university - business ecosystem.*