

GẮN ĐÀO TẠO VỚI THỰC TIỄN Ở CÁC TRƯỜNG ĐẠI HỌC ĐÀO TẠO VỀ KINH DOANH: MÔ HÌNH VÀ ĐỀ XUẤT

TS ĐỖ HƯƠNG LAN

Trường Đại học Ngoại thương

Trong bài viết, tác giả giới thiệu phương thức gắn kết đào tạo với thực tiễn từ góc nhìn mới so với phương thức gắn kết thông qua hợp tác giữa nhà trường và doanh nghiệp đang được triển khai phổ biến hiện nay, đồng thời đưa ra một số gợi ý cho các trường đại học đào tạo về kinh doanh ở Việt Nam trong việc lựa chọn phương thức phù hợp.

Các mô hình gắn kết đào tạo với thực tiễn trong lĩnh vực kinh doanh

Xu hướng phát triển hiện nay của các trường đại học đào tạo về kinh doanh trên thế giới là tăng cường chức năng kinh doanh của các trường bên cạnh chức năng cung ứng dịch vụ đào tạo về lĩnh vực kinh doanh cho sinh viên, biến các trường này thành những trường đại học kinh doanh, trở thành doanh nghiệp thực thụ. Như vậy, mấu chốt của vấn đề đào tạo gắn với thực tiễn trong lĩnh vực kinh doanh là chuyển từ mô hình truyền đạt kiến thức trên giảng đường sang mô hình đào tạo thực nghiệm nhằm cung cấp những kiến thức và kỹ năng kinh doanh để sinh viên có thể áp dụng sau khi tốt nghiệp. Tuy nhiên, đào tạo gắn với thực tiễn không chỉ giới hạn ở việc thổi luồng không khí mới có tên gọi “thực tiễn” vào hoạt động đào tạo mà còn là sự ứng dụng, chuyển giao tri thức từ giảng đường vào thực tiễn kinh doanh (thực tiễn hóa hoạt động đào tạo và hiện thực hóa các tri thức, kỹ năng kinh doanh của sinh viên). Để thực hiện được hai mặt của vấn đề nêu trên, có hai mô hình được áp dụng: một là mô hình nhà trường “hướng ngoại”, hai là mô hình nhà trường “hướng nội”.

Mô hình nhà trường “hướng ngoại” hướng mạnh vào việc hợp tác với doanh nghiệp bên ngoài. Nếu ví quá trình đào tạo như quá trình sản

xuất ra sản phẩm là người lao động với các kiến thức, kỹ năng nghề nghiệp thì doanh nghiệp sẽ có mặt trong mọi khâu của quá trình sản xuất ra sản phẩm đó, kể cả sử dụng “sản phẩm” đào tạo. Trên thực tiễn, hoạt động hợp tác giữa các trường đại học với doanh nghiệp ở các nước cho thấy, các hình thức gắn kết với thực tiễn thường được áp dụng là: 1- *Doanh nghiệp đặt hàng nhà trường đào tạo nhân sự* (hình thức doanh nghiệp cung cấp đầu vào cho nhà trường và nhà trường đào tạo theo địa chỉ cụ thể); 2- *Doanh nghiệp tham gia vào quá trình đào tạo của nhà trường*, gồm: (i) Cùng nhà trường tiến hành xây dựng các chương trình đào tạo phù hợp với nhu cầu của thị trường lao động gồm đào tạo dài hạn ở các bậc học và chương trình đào tạo ngắn hạn; (ii) Tham gia vào hoạt động giảng dạy; (iii) Tổ chức hoạt động thực tập, thực tế cho sinh viên của trường tại doanh nghiệp; (iv) Tham gia vào hội đồng chấm tốt nghiệp của sinh viên; 3- *Doanh nghiệp và nhà trường trao đổi nhân sự*: nhân sự của doanh nghiệp sang trường đại học để giảng dạy, học tập hoặc nghiên cứu và ngược lại, giảng viên của trường đại học đi thực tập hoặc làm việc ngắn hạn tại doanh nghiệp để tích lũy, nâng cao trình độ thực hành, kiến thức thực tế; 4- *Doanh nghiệp (hoặc cùng nhà trường) thành lập trung tâm giáo dục thường xuyên* tại trường để đẩy

mạnh quá trình chuyển giao tri thức vào thực tế; 5- *Doanh nghiệp ký hợp đồng tiếp nhận “sản phẩm đào tạo” của nhà trường* sau khi “sản phẩm” ra lò. Những “sản phẩm đào tạo” được doanh nghiệp tiếp nhận sau khi tốt nghiệp là các sinh viên đã qua thực tập tại doanh nghiệp, đã được doanh nghiệp “thẩm định”.

Tại LB Nga, để xem hình thức liên kết nào phổ biến và đem lại hiệu quả cao làm căn cứ xây dựng chương trình hợp tác giữa nhà trường và doanh nghiệp, người ta đã tiến hành một cuộc khảo sát và kết quả cho thấy, hợp tác của doanh nghiệp với nhà trường trong bố trí việc làm cho sinh viên tại doanh nghiệp chiếm tỷ lệ cao nhất với 54,6%; doanh nghiệp tham gia vào hội đồng chấm tốt nghiệp: 50%; đào tạo sinh viên theo hợp đồng của doanh nghiệp: 45,5%; doanh nghiệp tham gia giảng dạy: 27,3%; doanh nghiệp tham gia xây dựng và hoàn thiện chương trình: 22,7%; doanh nghiệp hợp tác cùng nghiên cứu: 18,4%.

Mô hình nhà trường “hướng nội”: nếu như “hướng ngoại” chỉ cho phép nhà trường thực hiện được chức năng đào tạo ra những doanh nhân tương lai có kiến thức và kỹ năng thực tế tốt thì phương thức “hướng nội” giúp trường thực hiện thêm chức năng, sứ mệnh mới trong bối cảnh đổi mới sáng tạo

trở thành động lực phát triển kinh tế toàn cầu và hạn chế sự phụ thuộc vào các doanh nghiệp hiện nay. Đó là nhà trường tự tổ chức các hoạt động kinh doanh (bên cạnh chức năng chính là cung cấp dịch vụ giáo dục đại học) thông qua việc xây dựng môi trường kinh doanh thực thụ bên trong trường đại học để sinh viên có cơ hội tham gia vào các hoạt động kinh doanh bằng chính các kiến thức và kỹ năng được đào tạo. Tuy nhiên, việc thiết lập môi trường kinh doanh trong trường đại học là vấn đề không đơn giản bởi điều kiện thúc đẩy hình thành môi trường kinh doanh trong trường đại học phụ thuộc vào nhiều yếu tố như: (i) Sự ủng hộ của các giảng viên và lãnh đạo đối với mục tiêu của nhà trường; (ii) Có sự tham gia nhiệt tình từ phía chính quyền các cấp, các nhà tài trợ, nhà sử dụng lao động, lãnh đạo và đối tác của các trường đại học; (iii) Các trường đại học phải hoàn thiện phương pháp giảng dạy và nghiên cứu.

Trường hợp “hướng nội”: Đại học Tổng hợp Kinh tế và Dịch vụ Viễn Đông - LB Nga (VGUES)

Đây là một trong hai trường đại học lớn nhất ở vùng Viễn Đông và là một điển hình của LB Nga về đào tạo gắn kết với thực tiễn. Đối với Nhà trường, đào tạo gắn với thực tế nhằm đáp ứng nhu cầu của thị trường lao động được coi là nhiệm vụ mang tính chiến lược. Hai phương thức thực hiện nêu trên đang được Nhà trường khai thác triệt để, trong đó phương thức hướng nội được xúc tiến mạnh mẽ. Chỉ trong vòng 3 năm trở lại đây, Nhà trường đã thiết lập nhiều cơ sở thực hành kinh doanh phục vụ cho việc học tập, giảng dạy và kinh doanh như các phòng thực hành (là nơi thực hành các kỹ thuật phục vụ cho việc cung ứng dịch vụ như pha chế đồ uống trong ngành du lịch...), khu liên hợp nhà hàng - khách sạn Avanta, Trung tâm Nghiên cứu, Đánh giá và Dự báo kinh tế, trung tâm quảng cáo và xây dựng hình ảnh, vườn ươm kinh doanh

(business incubator) dành cho sinh viên... Các cơ sở này không chỉ là nơi sinh viên thực hành mà còn là địa chỉ sử dụng các sản phẩm đào tạo của Nhà trường. Đối với chuyên ngành du lịch, khách sạn, ngay từ năm thứ nhất, sinh viên đã được thực tập tại các phòng thực hành, sau đó chuyển lên làm việc trực tiếp tại khu liên hợp nhà hàng - khách sạn Avanta ở các vị trí công việc cụ thể. Trong quá trình học về kinh doanh nhà hàng, sinh viên được học thêm các nghề bổ sung như nghề phục vụ bàn, bar..., nhờ vậy sinh viên có nhiều trải nghiệm thực tế, khi tốt nghiệp bên cạnh bằng tốt nghiệp còn được cấp chứng chỉ nghề.

Viện Kinh tế và Kinh doanh quốc tế - một đơn vị chuyên môn có chức năng đào tạo và nghiên cứu lớn của VGUES dựa trên đội ngũ nhà khoa học và các sinh viên có tài năng và triển vọng đã thành lập Trung tâm Nghiên cứu, Đánh giá và Dự báo kinh tế để cung cấp thông tin và các báo cáo về tình hình kinh tế của khu vực và Nga, thu hút một lượng khá lớn khách hàng là các tổ chức kinh tế, chính trị, các doanh nghiệp...

Vườn ươm kinh doanh dành cho sinh viên của VGUES là mô hình khá hiệu quả trong việc thu hút các sinh viên đam mê kinh doanh. Đây cũng là nơi cung cấp các kiến thức và kỹ năng thực tế về kinh doanh cho sinh viên thông qua các buổi tọa đàm giữa giảng viên, sinh viên và các doanh nhân, các buổi tư vấn trực tiếp về cách lập và triển khai dự án kinh doanh phù hợp với năng lực của sinh viên và các cuộc thi tìm kiếm ý tưởng kinh doanh. Các ý tưởng có tính khả thi sẽ nhận được sự hỗ trợ của Vườn ươm và đưa vào triển khai thực tiễn, trong đó sinh viên trong vai trò là các nhà quản lý các doanh nghiệp được sự trợ giúp về mặt chuyên môn, tư vấn về pháp lý và về các khía cạnh khác có liên quan.

Trong khuôn khổ dự án “VGUES - city” (tạm dịch: thành phố trong VGUES), VGUES còn triển khai nhiều hoạt động nhằm xây dựng môi

trường học tập mô phỏng theo thực tế. Trong giai đoạn đầu sẽ thiết lập các đơn vị thực hiện chức năng quản lý nhà nước trong khuôn khổ “VGUES - city” như: Phòng đăng ký kinh doanh, Cơ quan thuế, Cơ quan quản lý lao động, Cơ quan truyền thông và ngân hàng... Đặc biệt, ở đây ngân hàng sẽ vừa thực hiện chức năng như một ngân hàng trung ương, vừa thực hiện chức năng của một ngân hàng thương mại mà các khách hàng đầu tiên là các cơ sở thực hành kinh doanh của Nhà trường như các công ty tư vấn (marketing, quảng cáo, kiểm toán, kế toán, dịch vụ pháp lý...), công ty thương mại và sản xuất, nhà hàng - khách sạn Avanta, trung tâm tư vấn việc làm... Các doanh nghiệp thuộc VGUES - city được tổ chức theo mô hình công ty trách nhiệm hữu hạn hoặc công ty tư nhân với mục tiêu tối đa hóa lợi nhuận và duy trì hoạt động lâu dài trên thị trường. Nếu thành công, doanh nghiệp này được xem xét để chuyển thành doanh nghiệp nhỏ và đưa vào Vườn ươm doanh nghiệp. Điểm đặc biệt là, phương tiện lưu thông và thanh toán là “đồng tiền nội bộ” có thể dùng để quy đổi điểm số thực hành của sinh viên.

Mô hình nào cho tăng cường gắn kết đào tạo với thực tiễn trong các trường đại học đào tạo về kinh doanh ở Việt Nam?

Theo Đào Ngọc Tiến (2013), các hình thức hợp tác giữa nhà trường và doanh nghiệp phổ biến hiện nay là đào tạo theo hình thức vừa học vừa làm; sinh viên đi tham quan, thực tập, thực tế tại doanh nghiệp; giảng viên đi thực tế; mời các chuyên gia giảng dạy, nói chuyện với sinh viên; thành lập các khoa đào tạo cá biệt hóa theo yêu cầu của doanh nghiệp và mô phỏng môi trường làm việc, học tập. Trên thực tế, hình thức hợp tác giữa nhà trường và doanh nghiệp trong tạo công ăn việc làm cho sinh viên sau tốt nghiệp đã được một số trường triển khai song chưa đồng bộ, chưa bài bản

và ở quy mô nhỏ. Hiện có rất ít trường đại học có bộ phận chuyên trách về công tác gắn kết giữa nhà trường và doanh nghiệp cũng như chuyên trách về việc làm cho sinh viên sau tốt nghiệp. Nhìn chung, mặc dù đào tạo về quản trị - kinh doanh song các trường đại học này mới chỉ thực hiện chức năng của nhà cung cấp dịch vụ đào tạo mà chưa chú ý khai thác chức năng trở thành doanh nghiệp cung cấp các dịch vụ khác ra thị trường. Vậy sắp tới, các trường đại học này nên chọn phương thức nào: “hướng nội” hay “hướng ngoại” để tăng cường gắn kết đào tạo với thực tiễn?

“Hướng ngoại” trong nhiều trường hợp khiến nhà trường bị động hơn về mặt thời gian do phụ thuộc vào phía doanh nghiệp. “Hướng nội” sẽ giúp nhà trường khắc phục được hạn chế này, đồng thời còn thúc đẩy hoạt động sáng tạo trong kinh doanh cho chính giảng viên và sinh viên của nhà trường, tạo thêm các cơ hội việc làm cho sinh viên... Tuy nhiên, phương thức “hướng nội” với các mô hình trên nếu thực hiện ở Việt Nam, các trường đại học, đặc biệt là các trường đại học công lập sẽ phải đối mặt với nhiều trở ngại như: thiếu chương trình, chiến lược phát triển dài hạn; thiếu khung pháp lý cho hoạt động này; thiếu các nghiên cứu về mặt phương pháp luận làm kim chỉ nam cho việc triển khai áp dụng; khó khăn, hạn chế về mặt bằng xây dựng; khó khăn về tài chính, nhân sự.

Thực tiễn cho thấy, nhà trường không nên chỉ lựa chọn một phương thức mà nên kết hợp đồng bộ các phương thức để phát huy sức mạnh tổng lực. Nên xác định “hướng ngoại” là để tranh thủ sức mạnh bên ngoài xây dựng nội lực bên trong nhưng mục tiêu lâu dài là tăng cường phương thức “hướng nội”, đồng thời tận dụng sức mạnh của “hướng ngoại” để phát triển các mô hình “hướng nội”, phát triển thêm sứ mệnh mới là trở thành doanh nghiệp để tăng nguồn thu cho nhà trường. Điều này là rất cần thiết trong bối cảnh mở rộng tự chủ tài chính cho

các trường đại học ở Việt Nam hiện nay.

Để đẩy mạnh hơn nữa hoạt động hợp tác với doanh nghiệp của các trường đại học, về phía Nhà nước, cần có các chương trình đẩy mạnh liên kết doanh nghiệp với giáo dục đại học, có các chính sách khuyến khích khu vực doanh nghiệp khi đầu tư vào hoạt động này cùng với Nhà nước, ban hành các cơ sở pháp lý cho sự tham gia của doanh nghiệp vào việc xây dựng chuẩn đầu ra giáo dục... Về phía các trường, cần đa dạng hóa các hoạt động hợp tác với doanh nghiệp, tăng cường hợp tác để bố trí việc làm cho sinh viên sau khi tốt nghiệp. Trước tiên, nhà trường phải chủ động thu hút doanh nghiệp, chú trọng tới những lợi ích tạo ra cho doanh nghiệp khi hợp tác, bố trí nhân sự tham gia hỗ trợ doanh nghiệp thực hiện các dự án kinh doanh, các hoạt động nghiên cứu khoa học, cung cấp dịch vụ đào tạo nhân sự cho doanh nghiệp trên cơ sở ưu đãi hoặc miễn phí... Điểm quan trọng nhất trong vấn đề này là công tác tổ chức và quản lý hoạt động thế nào cho có hiệu quả, khắc phục tình trạng sơ khai, manh mún, tự phát, rời rạc, nhiều hoạt động mang tính hình thức như hiện nay. Nên chăng các trường tổ chức bộ phận chuyên trách về hoạt động hợp tác với doanh nghiệp làm đầu mối thiết lập các mối quan hệ với doanh nghiệp để tìm kiếm các cơ hội hợp tác, hỗ trợ các khoa trong việc tổ chức hoạt động thực tập, kiến tập, theo dõi quá trình thực tập, kiến tập của sinh viên tại các doanh nghiệp trên cơ sở phối hợp với đơn vị thực tập, thực hiện tổng kết hoạt động thực tập của sinh viên. Đồng thời, bộ phận này sẽ là đầu mối thực hiện hoạt động hướng nghiệp cho sinh viên, phối hợp với các doanh nghiệp để tổ chức tuyển dụng sinh viên đáp ứng nhu cầu của doanh nghiệp...

Đối với phương thức “hướng nội”, các trường đại học khối kinh tế, kinh doanh ở Việt Nam hiện nay chưa thể thực hiện được dự án có quy mô lớn như “VGUES - city”. Tuy nhiên, các

trường có thể tạo lập môi trường kinh doanh ngay trong trường mình thông qua việc tổ chức những không gian thực hành cho sinh viên để tạo tiền đề và nội lực cho những dự án lớn như “VGUES - city” về sau này, như: thành lập các đơn vị tư vấn, ngân hàng thực hành, sở giao dịch hàng hóa... trong đó hoạt động của các trung tâm này không đơn giản là mô phỏng mô hình thật mà phải là hoạt động thật, cung cấp các dịch vụ thực ở quy mô nhỏ. Trong giai đoạn đầu, nhà trường có thể kêu gọi doanh nghiệp cùng đầu tư xây dựng những cơ sở kinh doanh thực hành trong nhà trường.

Đào tạo gắn kết với thực tiễn luôn mang tính thời sự. Để thành công, chỉ có sự nỗ lực của bản thân nhà trường là không đủ mà còn đòi hỏi sự chung tay, nhiệt huyết từ phía các doanh nghiệp và trên hết là hỗ trợ hiệu quả từ phía Nhà nước ■

Chú thích và tài liệu tham khảo

¹http://conference.osu.ru/assets/files/conf_reports/conf9/756.doc

1. Hoàng Hân (2013), Mô hình khách sạn trong trường đại học, <http://www.baodanang.vn/channel/5404/201310/mo-hinh-khach-san-trong-truong-dai-hoc-2282491/>

2. Đào Ngọc Tiến (2013), Các phương thức gắn kết hoạt động đào tạo của trường đại học với doanh nghiệp, Tạp chí Khoa học và Công nghệ Việt Nam, bản điện tử, <http://tchdtkh.org.vn/khcn-trung-uong/4209-cac-phuong-thuc-gan-ket-hoat-dong-dao-tao-cua-truong-dai-hoc-voi-doanh-nghiep.html>

3. Сербиновский Б.Ю. Инновационная модель и интегрированная информационная среда в управлении университетом нового/ Б.Ю. Сербиновский, Б.Б. Сербиновский, Л.М. Егорова. - Новочеркасск: ЮРГТУ (НПИ), 2009. С. 44-45.

4. Мелихов В.Ю. Предпринимательский университет: интеграция науки и бизнеса// Креативная экономика. - 2009. - № 4 (28). <http://www.creativeconomy.ru/articles/2659/>

5. Лазарев Г.И., Практикоориентированное обучение в вузах, развитие системы взаимодействия образовательного и делового сообществ, http://www.rsr-online.ru/doc/2012_04_27/1.pdf