

# GIẢI PHÁP TĂNG CƯỜNG HOẠT ĐỘNG KẾT NỐI DOANH NGHIỆP CỦA KHOA THƯƠNG MẠI – DU LỊCH, TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHIỆP TP.HCM

MAI THANH HÙNG, ĐẶNG THU HƯƠNG, HỒ VĂN DŨNG, PHẠM THỊ THÙY PHƯƠNG  
*Khoa Thương mại – Du lịch Trường Đại học Công nghiệp Tp.HCM,  
maithanhhung@iuh.edu.vn*

**Tóm tắt:** Việc đào tạo đáp ứng được đúng và đủ về chất lượng và số lượng theo yêu cầu của doanh nghiệp luôn được các trường đại học quan tâm hàng đầu. Mỗi quan hệ hợp tác giữa trường đại học và doanh nghiệp đã được khẳng định là hết sức quan trọng đối với sự phát triển của cả nhà trường và doanh nghiệp. Bài báo này sẽ tóm lược cơ sở lý luận, nghiên cứu thực trạng kết nối giữa nhà trường và doanh nghiệp hiện nay. Dựa trên phương pháp nghiên cứu định tính và định lượng, với sự hỗ trợ của công cụ xử lý dữ liệu phần mềm SPSS, thống kê mô tả, kiểm định t-test, anova, phân tích nhân tố và xây dựng mô hình hồi quy. Từ đó đề xuất các giải pháp phù hợp nhằm tăng cường hoạt động kết nối doanh nghiệp của khoa Thương mại – Du lịch, Trường Đại học Công nghiệp Tp.HCM.

**Từ khóa:** kết nối doanh nghiệp, khoa Thương mại - Du lịch, Trường Đại học Công nghiệp Tp.HCM (University - Industry linkage, Faculty of Commerce and Tourism, Industrial University of Ho Chi Minh City).

## SOLUTIONS TO STRENGTHEN UNIVERSITY & BUSINESSES LINKAGE ACTIVITIES AT THE FACULTY OF COMMERCE AND TOURISM AFFILIATED TO INDUSTRIAL UNIVERSITY OF HO CHI MINH CITY

**Abstract:** It is most concern in the universities to have good training quality and quantity suited with needs. It is essential for the development of both the universities and the businesses to have close cooperative relationship between the both. This paper summarizes the theoretical basis and some current studies on the connection between universities and businesses. Based on with the support of SPSS, qualitative and quantitative research methods, descriptive statistics, t-test, anova testing, factor analysis and retrieval modeling rules are applied. Since then, some suitable solutions to strengthen University & Businesses linkage at the Faculty of Commerce and Tourism affiliated to Industrial University of Ho Chi Minh City are proposed.

### 1. GIỚI THIỆU

Việc tìm kiếm được nguồn nhân lực phù hợp là vấn đề nổi cộm trong các doanh nghiệp hiện nay. Các doanh nghiệp hiện đang phải áp dụng các giải pháp tình thế đào tạo tại chỗ bên cạnh việc hợp tác dài hạn với các trường đại học. Các công trình nghiên cứu đi trước đã khẳng định việc kết nối giữa trường đại học và doanh nghiệp được đánh giá là một trong những hoạt động nhằm nâng cao chất lượng đào tạo nguồn nhân lực cho các trường đại học. Tuy nhiên, các công trình nghiên cứu đi trước mới chỉ đề cập đến các hình thức kết nối hợp tác, chưa xác định được tính trọng yếu của các nhân tố tác động đến hoạt động kết nối doanh nghiệp của các trường đại học. Nhóm nghiên cứu kỳ vọng đề tài nghiên cứu: “**Giải pháp tăng cường hoạt động kết nối doanh nghiệp của Khoa Thương mại – Du lịch**” sẽ xây dựng các giải pháp cụ thể kết nối doanh nghiệp nhằm nâng cao chất lượng đào tạo thông qua khảo sát thực tế và thực hiện hồi quy mô hình các nhân tố, xác định các nhân tố trọng yếu tác động đến hoạt động kết nối doanh nghiệp, giúp khoa Thương mại - Du lịch chuẩn hóa các hoạt động kết nối doanh nghiệp rõ ràng, thiết thực cho sinh viên. Từ đó khoa Thương mại – Du lịch sẽ định hướng hoạt động đào tạo, xây dựng chương trình phù hợp và có tính ứng dụng cao nhằm đào tạo nguồn nhân lực đáp ứng nhu cầu của doanh nghiệp.

### 2. CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

#### 2.1. Cơ sở lý thuyết và khung phân tích

Hoạt động kết nối hay hợp tác giữa trường đại học và doanh nghiệp được hiểu như là những giao dịch giữa các trường đại học và các tổ chức sản xuất kinh doanh vì lợi ích của cả hai bên. Đây mạnh việc hợp

tác này và khai thác giá trị của nó có thể giúp nhà trường tháo gỡ những khó khăn về tài chính, và giúp các doanh nghiệp đạt được hoặc duy trì ưu thế cạnh tranh trong thị trường năng động ngày nay, đồng thời đóng góp cho sự tăng trưởng kinh tế của quốc gia và đáp ứng đòi hỏi của thị trường lao động (Phạm Thị Ly, 2012). Còn theo tác giả Nguyễn Đình Luận (2015), việc gắn kết bền vững giữa trường đại học và doanh nghiệp là thật sự cần thiết nhằm mang lại lợi ích cho các bên liên quan: trường đại học, doanh nghiệp, và người học (sinh viên).

Hoạt động kết nối, hợp tác giữa trường đại học và doanh nghiệp có thể được định nghĩa như sau: “Quan hệ hợp tác giữa nhà trường và doanh nghiệp 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: hợp tác trong nghiên cứu và phát triển, kích thích sự vận động năng động qua lại của giảng viên, sinh viên và các nhà chuyên môn đang làm việc tại các doanh nghiệp; thương mại hóa các kết quả nghiên cứu; xây dựng chương trình đào tạo; tổ chức học tập suốt đời; hỗ trợ các nỗ lực sáng nghiệp và quản trị tổ chức” (Phạm Thị Ly, 2012, 2).

Hoạt động kết nối, hợp tác giữa trường đại học và các doanh nghiệp là xu hướng phổ biến trên thế giới và được đánh giá là một trong những hoạt động nhằm nâng cao chất lượng đào tạo, nghiên cứu khoa học và chuyển giao công nghệ. Làm tốt công việc kết nối này đó cũng chính là xây dựng chiến lược đào tạo kết nối với thực tiễn, thực hiện hai quá trình song song với nhau: quá trình đưa thực tế vào nội dung giảng dạy cho sinh viên và quá trình dẫn dắt sinh viên ra thực tế.

Trên thế giới, sự quan tâm đến các kết nối, hợp tác giữa trường đại học và doanh nghiệp đã là đối tượng của nhiều nghiên cứu (D'Este and Patel, 2007; Giuliani and Arza 2008; Davey, et al 2017). Các học giả đều cho rằng trường đại học nên được kết hợp chặt chẽ với doanh nghiệp để tối đa hóa vốn tri thức, thương mại hóa các kết quả nghiên cứu cũng như tác động trở lại đến chất lượng đào tạo trong nhà trường.

### 2.1.1. Tổng quan các công trình nghiên cứu trong nước

Cho đến nay, có thể nói chưa có mô hình nghiên cứu nào ở trong nước được xem là chuẩn để ra các hình thức hợp tác giữa trường đại học và doanh nghiệp để từ đó xây dựng mối quan hệ hợp tác giữa hai thành phần này. Hầu hết các nghiên cứu trong nước đều dựa trên kết quả nghiên cứu của công trình nước ngoài.

Trong bài viết tổng thuật với tựa đề “Về quan hệ hợp tác giữa nhà trường và doanh nghiệp” của tác giả Phạm Thị Ly (2012) dựa trên kết quả nghiên cứu do Trung tâm Nghiên cứu Tiếp thị Khoa học với Doanh nghiệp (Đức) thực hiện tháng 3-2011 có tên “Thực trạng của Quan hệ Hợp tác giữa Nhà trường và Doanh nghiệp ở Châu Âu”, có 8 hình thức hợp tác giữa nhà trường và doanh nghiệp: (1) Hợp tác trong nghiên cứu; (2) Thương mại hóa các kết quả nghiên cứu; (3) Thúc đẩy khả năng lưu chuyển của sinh viên; (4) Thúc đẩy sự vận động, lưu chuyển của giới hàn lâm; (5) Xây dựng và thực hiện chương trình đào tạo; (6) Học tập suốt đời; (7) Hỗ trợ tinh thần sáng nghiệp và các hoạt động khởi nghiệp; và (8) Tham gia quản trị nhà trường.

Theo bài nghiên cứu của Lê Tuấn Bách và Chu Mai Linh (2015), các bài học kinh nghiệm cũng được xem như là những giải pháp xây dựng sự kết nối trường đại học với doanh nghiệp mà các trường đại học hàng đầu ở châu Âu đã áp dụng thành công bao gồm: (1) Phương pháp học dựa trên vấn đề (Problem Based Learning – viết tắt PBL); (2) Thiết lập mạng lưới kết nối và xây dựng đội ngũ kết nối (matchmakers); (3) Thiết kế các khóa học đào tạo theo ý niệm học tập liên tục và suốt đời; (4) Hợp tác với doanh nghiệp khai thác phòng mô phỏng thực tế; (5) Kết nối hợp tác với doanh nghiệp, chính quyền địa phương trong các hoạt động nghiên cứu; (6) Phân tán nhiệm vụ kết nối doanh nghiệp về cho từng khoa hơn là chỉ tập trung về một bộ phận của nhà trường; (7) Hình thành các diễn đàn trao đổi có sự tham gia nhiều đối tượng; (8) Giáo dục tinh thần doanh nghiệp; và (9) Chương trình huấn luyện nghề nghiệp.

Theo nghiên cứu của Hoàng Hùng và các cộng sự (2016), dựa trên các tài liệu nghiên cứu và tìm hiểu một số trường đại học tại EU và Mỹ, các dạng kết nối giữa đại học – doanh nghiệp gồm:

- (1) Thiết kế chương trình đào tạo dựa trên nhu cầu doanh nghiệp;
- (2) Thiết lập và xây dựng mạng lưới kết nối với doanh nghiệp liên quan;
- (3) Xây dựng bộ phận phát triển nghề nghiệp liên tục;
- (4) Hợp tác liên doanh đào tạo lập trung tâm mô phỏng thực tế công nghiệp;
- (5) Kết nối hợp tác nghiên cứu giữa đại học – doanh nghiệp - chính quyền địa phương;
- (6) Phân quyền quản lý trong Đại học;
- (7) Tổ chức hội thảo khoa học – Doanh nghiệp;

(8) Thành lập doanh nghiệp thuộc Khoa;

(9) Chương trình huấn luyện nghề nghiệp – Company Day

### 2.1.2. Tổng quan các công trình nghiên cứu nước ngoài

Trong các công trình nghiên cứu nước ngoài, nhiều bài viết cho rằng trường đại học đóng một vai trò đặc biệt quan trọng trong xã hội như là đơn vị sản xuất ra và chuyển giao tri thức, nó không chỉ thực hiện việc nghiên cứu và giảng dạy mà còn có một sứ mệnh thứ ba đó là đóng góp cho sự phát triển kinh tế của quốc gia và vùng (Este và Patel, 2007; Giuliana và Arza, 2008). Để thực hiện được sứ mệnh này thì việc kết nối, hợp tác giữa trường đại học và doanh nghiệp là cơ chế cực kỳ quan trọng trong việc tạo ra ngoại tác lan truyền công nghệ. Do đó các nghiên cứu cũng đa phần xoay sâu vào hợp tác giữa trường đại học và doanh nghiệp trong nghiên cứu và thương mại hóa các kết quả nghiên cứu.

Theo Este và Patel (2007), các hình thức hợp tác giữa trường đại học và doanh nghiệp bao gồm: (1) Các cuộc họp và hội nghị (tham dự các cuộc họp được tài trợ trong ngành, tham dự hội nghị với sự tham gia của ngành và đại học); (2) Tư vấn và nghiên cứu hợp đồng (công việc tư vấn, thỏa thuận hợp đồng nghiên cứu); (3) Tạo cơ sở vật chất (thành lập các công ty khởi nghiệp do chính các nhà khoa học đồng sở hữu, tạo ra cơ sở vật chất với kinh phí của doanh nghiệp như phòng thí nghiệm trong khuôn viên trường đại học, vườn ươm công nghệ và trung tâm nghiên cứu hợp tác); (4) Đào tạo (đào tạo sau đại học trong công ty, đào tạo nhân viên công ty); và (5) Nghiên cứu chung được thực hiện bởi cả 2 bên.

Nghiên cứu của 2 tác giả Giuliani và Arza (2008) về “Điều gì thúc đẩy sự hình thành kết nối có giá trị giữa trường đại học và doanh nghiệp”, đã nêu ra hai yếu tố, xét ở góc độ công ty và ở góc độ trường đại học, có xu hướng hình thành mối kết nối giữa trường đại học và doanh nghiệp, đó là: (1) nền tảng tri thức của doanh nghiệp; (2) chất lượng khoa học của các trường đại học. Nghiên cứu cho rằng những công ty có cơ sở tri thức mạnh mẽ hơn, với mong muốn nâng cao năng lực hấp thu kiến thức của họ, có nhiều khả năng hơn để tìm kiếm và khai thác kiến thức bên ngoài có giá trị. Các trường đại học là một trong những nguồn kiến thức bên ngoài như vậy. Từ đó hình thành giả thuyết 1: nền tảng tri thức của doanh nghiệp càng mạnh, xác suất để các doanh nghiệp hình thành kết nối với trường đại học càng cao. Ngoài yếu tố từ phía công ty thì còn có yếu tố thứ hai đó là chất lượng khoa học của các trường đại học với giả thuyết 2: các trường đại học có xếp hạng khoa học thấp hơn có xác suất kết nối cao hơn với doanh nghiệp.

Nghiên cứu của Davey và các cộng sự (2017) về “Thực trạng của quan hệ hợp tác giữa trường đại học và doanh nghiệp ở châu Âu” đưa ra 14 hình thức hợp tác giữa trường đại học và doanh nghiệp, được nhóm lại trong 4 lĩnh vực.

Bảng 1.1. Các lĩnh vực và hình thức hợp tác giữa trường đại học và doanh nghiệp

Lĩnh vực	Hình thức hợp tác
Giáo dục	1. Đồng thiết kế chương trình đào tạo (nhà tuyển dụng tham gia thiết kế chương trình đào tạo với trường đại học) 2. Chương trình đào tạo có sự tham gia giảng dạy từ phía doanh nghiệp (các bài giảng từ các khách mời doanh nghiệp) 3. Tính di động của sinh viên (thực tập sinh, giới thiệu sinh viên đến tìm việc làm tại công ty) 4. Chương trình giáo dục kép (một phần học tập, một phần thực tế) 5. Học tập suốt đời cho những người từ doanh nghiệp
Nghiên cứu	6. Tham gia nghiên cứu chung (bao gồm nghiên cứu được tài trợ chung) 7. Tư vấn cho doanh nghiệp 8. Tính di động của nhân viên (di động tạm thời của các học giả đến làm việc tại doanh nghiệp và của người từ doanh nghiệp đến làm việc tại trường đại học)
Sự giá trị hóa (Valorisation)	9. Thương mại hóa kết quả R & D (ví dụ: cấp phép/cấp bằng sáng chế) 10. Thành lập các công ty khởi nghiệp do chính nhà khoa học đồng sở hữu 11. Sinh viên khởi nghiệp
Tham gia quản trị	12. Quản trị (sự tham gia của các học giả vào ban điều hành doanh nghiệp và sự tham gia của các doanh nhân vào ban điều hành trường đại học) 13. Tài nguyên được chia sẻ (cơ sở hạ tầng, nhân sự, thiết bị) 14. Hỗ trợ từ doanh nghiệp (tài trợ, học bổng)

Nguồn: Davey và cộng sự (2017)

### 2.1.3. Khung phân tích

Tổng quan các công trình nghiên cứu trong và ngoài nước cho thấy khái niệm cơ bản về sự kết nối giữa trường đại học và doanh nghiệp là tất cả các hình thức hợp tác giữa doanh nghiệp và nhà trường với 8 nhóm lĩnh vực hợp tác chính. Đa phần các công trình nghiên cứu trước chủ yếu nói về hình thức hợp tác, các dạng kết nối hoạt động giữa Nhà trường và doanh nghiệp. Chỉ có công trình của Giuliani và Arza là nói về các yếu tố tác động tới sự hợp tác này. Tuy nhiên nghiên cứu này cũng chỉ đưa ra 2 nhân tố khá tổng quát chứ chưa hình thành các nhân tố một cách cụ thể hơn. Từ đó cho thấy trong các nghiên cứu trước đây chưa có nghiên cứu định lượng nào xác định sự tác động mạnh yếu của các nhóm biến này để đánh giá sự kết nối mật thiết giữa trường đại học và doanh nghiệp. Nhóm nghiên cứu tuân thủ nguyên tắc kế thừa từ các kết quả nghiên cứu trước và căn cứ tình hình thực tế các trường đại học của Việt Nam và của khoa Thương mại – Du lịch trường Đại học Công nghiệp Tp.HCM, kết hợp với những tìm hiểu và kết quả điều tra thử của nhóm nghiên cứu, đề xuất mô hình nghiên cứu với 8 biến nguyên nhân và biến kết quả.

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + \beta_7 X_7 + \beta_8 X_8 + \varepsilon$$

X<sub>1</sub>: Hợp tác nghiên cứu giữa trường đại học và công ty

X<sub>2</sub>: Thương mại hóa các kết quả nghiên cứu giữa trường và doanh nghiệp

X<sub>3</sub>: Thúc đẩy khả năng lưu chuyển của sinh viên

X<sub>4</sub>: Thúc đẩy khả năng lưu chuyển của giới hàn lâm

X<sub>5</sub>: Chương trình đào tạo càng ứng dụng thực tế

X<sub>6</sub>: Thiết kế khóa học theo ý niệm học tập liên tục và suốt đời

X<sub>7</sub>: Tinh thần khởi nghiệp

X<sub>8</sub>: Trường đại học trở thành cổ đông của các doanh nghiệp

Thang đo Likert với 5 mức độ được dùng cho các biến độc lập như sau:

1: Rất không đồng ý/ Rất không hài lòng/ Rất không quan trọng; 2: Không đồng ý/ Không hài lòng/ Không quan trọng...; 3: Không ý kiến/ Trung bình...; 4: Đồng ý/ Hài lòng/ Quan trọng...; 5: Rất đồng ý/ Rất hài lòng/ Rất quan trọng...

Y: là biến kết quả. Nếu biến kết quả có giá trị tiến dần đến 5 thì hoạt động kết nối giữa trường đại học và doanh nghiệp là mạnh và chặt chẽ. Ngược lại, nếu biến kết quả có giá trị tiến dần đến 1 thì hoạt động kết nối giữa trường đại học và doanh nghiệp là yếu và lỏng lẻo.

## 2.2. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu được tiến hành thông qua 02 giai đoạn chính: (1) Nghiên cứu định tính nhằm xây dựng bảng câu hỏi; (2) Nghiên cứu định lượng: thu thập, phân tích dữ liệu khảo sát, ước lượng và kiểm định các giả thiết của mô hình đặt ra, từ đó xây dựng hàm hồi quy các nhân tố ảnh hưởng đến **kết nối doanh nghiệp**.

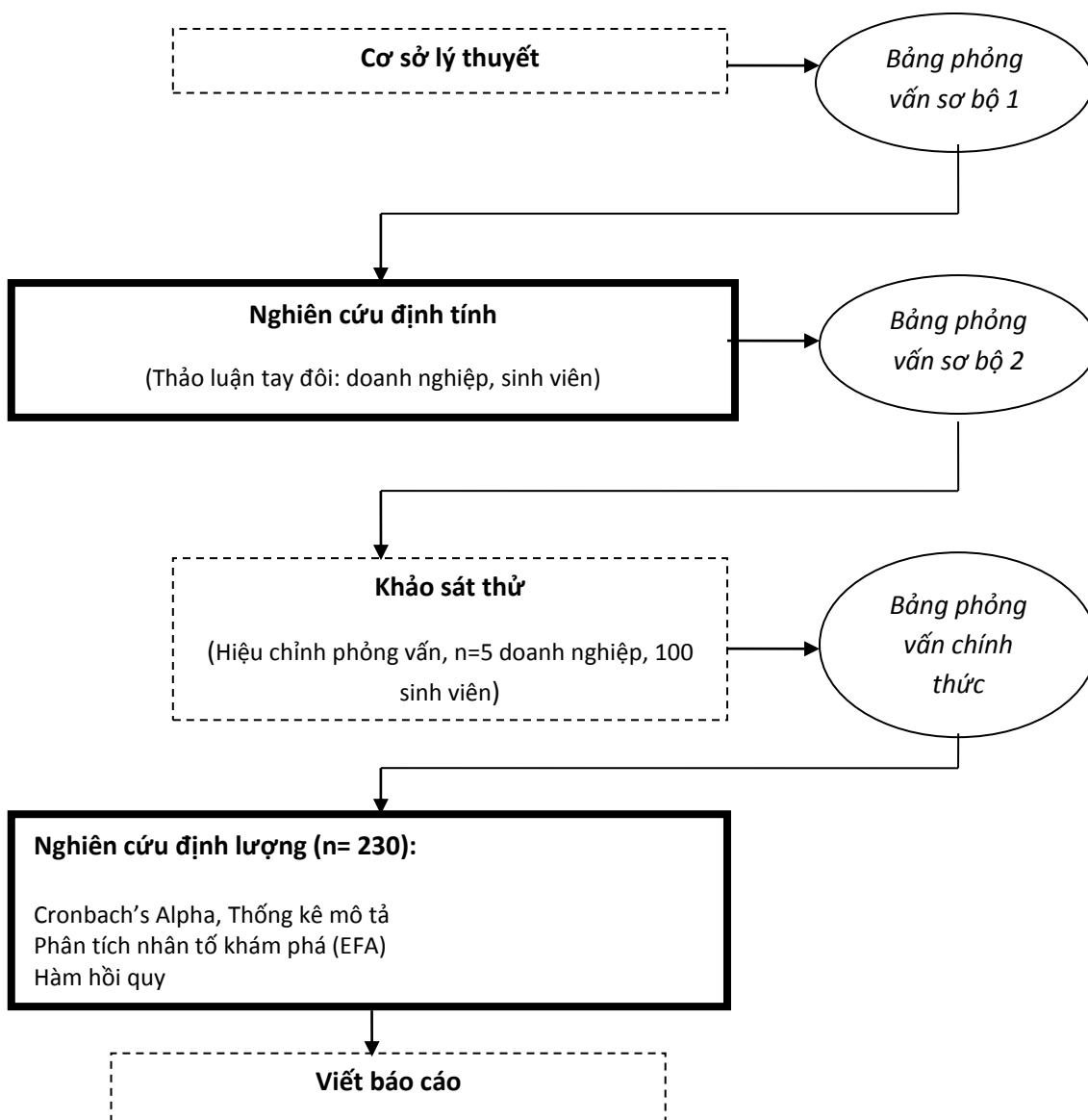
Hình: Quy trình nghiên cứu

### 2.1.1 Nghiên cứu định tính

Nhóm tác giả tập trung lựa chọn và tổng hợp các lý thuyết trước đây để hiệu chỉnh các thang đo và xây dựng bản phỏng vấn phù hợp với mục tiêu đề tài, thông qua dàn bài thảo luận, thu thập thông tin của 5 doanh nghiệp và 100 sinh viên tại hội thảo kết nối doanh nghiệp của khoa.

### 2.1.2 Nghiên cứu định lượng

Với kỹ thuật thu thập dữ liệu là phỏng vấn cá nhân trực tiếp thông qua Bảng câu hỏi. Mô hình được kiểm định bao gồm 8 biến độc lập và 8 giả thuyết cần sử dụng phương pháp phân tích hồi quy đa biến và phân tích nhân tố (phân tích nhân tố khám phá EFA) bằng phần mềm SPSS 16.0. Số lượng bảng câu hỏi ban đầu được phát đi để thu thập là 230 bảng, tỉ lệ hồi đáp là 91%. Sau đó, bảng câu hỏi thu thập được sàng lọc, có 202 bảng nhập liệu và xử lý, báo cáo kết quả nghiên cứu. Kết hợp phỏng vấn chuyên gia được tiến hành sau khi hình thành các giải pháp, phương pháp chấm điểm.



### 3. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

#### 3.1 Thống kê mô tả

Hầu hết các biến quan sát của mẫu nghiên cứu có giá trị trung bình trên 3,5 điểm, cao nhất là 2 biến quan sát thuộc nhân tố Thúc đẩy sự lưu chuyển của giới hàn lâm: PFA3 (*Ứng dụng tình huống thực tế của doanh nghiệp trong môn học*); và PFA4 (*Giảng viên cập nhật xu hướng của ngành*). Kết quả này cũng phản ánh về kinh nghiệm nghề nghiệp của đội ngũ giảng viên khoa TMDL; với đặc trưng của 5 khối ngành đào tạo: Kinh doanh quốc tế, Thương mại điện tử, Khách sạn, Du lịch – Lữ Hành, Nhà hàng và kỹ thuật chế biến, độ ứng dụng rất cao, đòi hỏi giảng viên phải có kinh nghiệm thực tế kết hợp kiến thức chuyên môn cập nhật. Tất cả các biến quan sát này đều có độ lệch chuẩn nhỏ hơn 1, điều đó cho thấy việc đánh giá của sinh viên là thống nhất đối với các hoạt động kết nối doanh nghiệp.

Bảng 3.1: Thống kê mức độ đồng ý trung bình của 2 biến quan sát có giá trị cao nhất

STT	Mã biến quan sát	Diễn giải	Giá trị trung bình
1	PFA4	<i>Giảng viên cập nhật xu hướng của ngành</i>	4,1539
2	PFA3	<i>Ứng dụng tình huống thực tế của doanh nghiệp trong môn học</i>	4,0792

Bảng 3.2: Thống kê mức độ đồng ý trung bình của 6 biến quan sát có giá trị &gt;3,9

STT	Mã biến quan sát	Diễn giải	Giá trị trung bình
1	CIR4	Đề tài sinh viên phù hợp thực tiễn doanh nghiệp	3,9059
2	PFS6	Cộng đồng cựu sinh viên cùng chia sẻ về ngành	3,9604
3	PFS7	Cộng đồng doanh nghiệp chia sẻ về ngành, nghề	3,9901
4	PFA2	Giảng viên doanh nghiệp – có làm việc thực tế doanh nghiệp	3,9153
5	DPP5	Đa dạng các hoạt động học thuật bổ sung cho chương trình học	3,9
6	SAA2	Khuyến khích sinh viên khởi nghiệp	3,9854

(Nguồn: Kết quả khảo sát của nhóm tác giả)

Thống kê cho thấy nhận xét của doanh nghiệp về đề tài thực tập của sinh viên phù hợp thực tiễn doanh nghiệp, theo đúng nhu cầu của doanh nghiệp, sinh viên thực tập và trải nghiệm các công việc. Đặc biệt sinh viên thuộc khối ngành Thương mại điện tử, khách sạn, du lịch, nhà hàng, được làm việc trực tiếp, thậm chí công ty coi sinh viên như nhân viên chính thức và có hỗ trợ chi phí trong quá trình thực tập.

Hàng năm, định kỳ khoa có các hoạt động chia sẻ của cựu sinh viên thông qua cả hình thức online, offline. Hiện tại, trên trang web của khoa đã có riêng chuyên mục, diễn đàn nhằm kết nối chia sẻ các kinh nghiệm liên quan chuyên ngành, thực tế doanh nghiệp.

Thời gian qua, khoa cũng nhận được rất nhiều lời mời hợp tác, ký kết các biên bản ghi nhớ với các doanh nghiệp chuyên ngành trong việc tổ chức đưa sinh viên đến các công ty thực tập.

Giảng viên thường xuyên được tham gia các dự án, hội thảo, các khóa đào tạo nâng cao chuyên môn và kết nối doanh nghiệp. Dự án hợp tác đào tạo nâng cao năng lực ngành phân phối bán lẻ LKIC, Ngày hội du lịch, Cảng Cát Lái, ...

Khoa cũng có đa dạng các hoạt động nhằm bổ sung cho chương trình học, như cuộc thi thường niên về B2B, Hướng dẫn viên tiềm năng, Brigde Stone, Sinh viên tự tin tham gia các sân chơi học thuật của các trường khác tổ chức.

Thống kê của câu lạc bộ khởi nghiệp của trường thì sinh viên TMDL có ý tưởng khởi nghiệp và thành công với khởi nghiệp. Doanh nghiệp cũng đã chủ động nhận sinh viên của khoa về thực tập và làm việc chính thức.

Tuy nhiên, thống kê cũng cho thấy 2 biến quan sát có giá trị trung bình thấp nhất là: Kết quả nghiên cứu được doanh nghiệp triển khai và hoạt động tham quan doanh nghiệp.

### 3.2 Đánh giá các thang đo

Bảng 3.4: Kết quả kiểm định các thang đo lý thuyết bằng Cronbach's Alpha

TT	Thang đo	Số biến quan sát lúc đầu	Số biến quan sát lúc sau	Cronbach's Alpha
1.	Hợp tác trong nghiên cứu – CIR	5	5	0,836
2.	Thương mại hóa các kết quả nghiên cứu – CRR	5	5	0,879
<b>3.</b>	<b>Thúc đẩy khả năng lưu chuyển của sinh viên – PFS</b>	<b>7</b>	<b>6</b>	<b>0,879</b>
4.	Thúc đẩy sự lưu chuyển của giới hàn lâm – PFA	4	4	0,810
<b>5.</b>	<b>Xây dựng và thực hiện chương trình đào tạo ứng dụng thực tế - DPP</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>0,809</b>
6	Thiết kế các khóa đào tạo theo ý niệm học tập suốt đời – DLL	5	5	0,836
7	Hỗ trợ các hoạt động khởi nghiệp – SSA	4	4	0,841
8	Cộng đồng của các doanh nghiệp – SB	3	3	0,827
	Tổng cộng	38	36	

(Nguồn: nhóm tác giả tính toán từ mẫu điều tra)

Thành phần Hợp tác trong nghiên cứu (CIR1 – CIR5), Thương mại hóa các kết quả nghiên cứu (CRR1 – CRR5), Thúc đẩy khả năng lưu chuyển của giới hàn lâm (PFS1-PFS5), Thiết kế khóa học theo ý niệm học tập suốt đời, Hỗ trợ các hoạt động khởi nghiệp, Cộng đồng của các doanh nghiệp đều có hệ số Cronbach's alpha >0,6 và các hệ số tương quan biến tổng (Corrected Item – Total Correlation) của các

biến đo lường thành phần đều > 0,3 cho thấy sinh viên đánh giá các biến quan sát này khá nhất quán. Đối với thành phần Thúc đẩy khả năng lưu chuyển của sinh viên (PFS1 – PFS7), Xây dựng và thực hiện chương trình đào tạo ứng dụng thực tế (DPP1-DPP5), thông kê trong bảng tính hệ số Cronbach's Alpha cho thấy nếu bỏ đi các biến PFS1 và DPP5 thì tất cả các biến của mỗi thành phần đạt yêu cầu và được sử dụng trong việc phân tích nhân tố EFA, tương tự Thành phần Kết nối doanh nghiệp (UFL1-UFL4).

### 3.3 Phân tích nhân tố

#### 3.3.1 Phân tích nhân tố với các nhân tố độc lập

Tất cả có 38 biến quan sát ban đầu với 8 nhân tố (*Hợp tác trong nghiên cứu, Thương mại hóa các kết quả nghiên cứu, Thúc đẩy khả năng lưu chuyển của sinh viên, Thúc đẩy sự lưu chuyển của giới hàn lâm, Xây dựng và thực hiện chương trình đào tạo ứng dụng thực tế, Thiết kế các khóa đào tạo theo ý niệm học tập suốt đời, Hỗ trợ các hoạt động khởi nghiệp, Cổ đông của các doanh nghiệp*), sau khi kiểm định sự tin cậy bằng hệ số Cronbach's Alpha chỉ còn 36 biến quan sát với 8 nhân tố này và được đưa vào phân tích nhân tố khám phá. Quá trình phân tích nhân tố trải qua 3 bước, bước 1: loại bỏ biến CIR4, PFS5, bước 2: loại bỏ PFS4, PFA1, bước 3: loại bỏ biến PFS3.

**Ở bước cuối cùng**, sau khi loại bỏ biến quan sát PFS3, 31 biến còn lại được đưa vào phân tích theo tiêu chuẩn Eigenvalue lớn hơn 1 thì có 7 nhân tố được rút ra, với phương sai trích tăng lên và bằng 71,4% (> 60%). Hệ số KMO bằng 0,936 (>0,5). Hệ số chuyển tải nhân tố của các biến quan sát đều lớn hơn 0,5.

Như vậy là các chỉ tiêu phân tích đều đạt yêu cầu và kết quả phân tích này là có ý nghĩa.

Từ 36 biến quan sát tiến hành phân tích nhân tố, thì có 7 nhân tố rút ra với 31 biến quan sát.

Tương tự phân tích nhân tố với thành phần Kết nối doanh nghiệp, có 3 biến quan sát được đưa vào phân tích và thỏa mãn điều kiện của kiểm định thang đo.

Bảng 3.5: Kết quả phân tích nhân tố EFA các biến độc lập

	Component						
	1	2	3	4	5	6	7
CIR1				.797			
CIR2				.777			
CIR3				.634			
CRR2			.683				
CRR3			.765				
CRR4			.811				
CRR5			.774				
PFS2							.506
PFS6							.795
PFS7							.747
PFA2					.690		
PFA3					.724		
PFA4					.686		
DPP1		.679					
DPP2		.736					
DPP3		.672					
DPP4		.564					
DLL1		.602					
DLL2		.599					
DLL3						.724	
DLL4						.739	
DLL5						.624	
SSA1	.681						

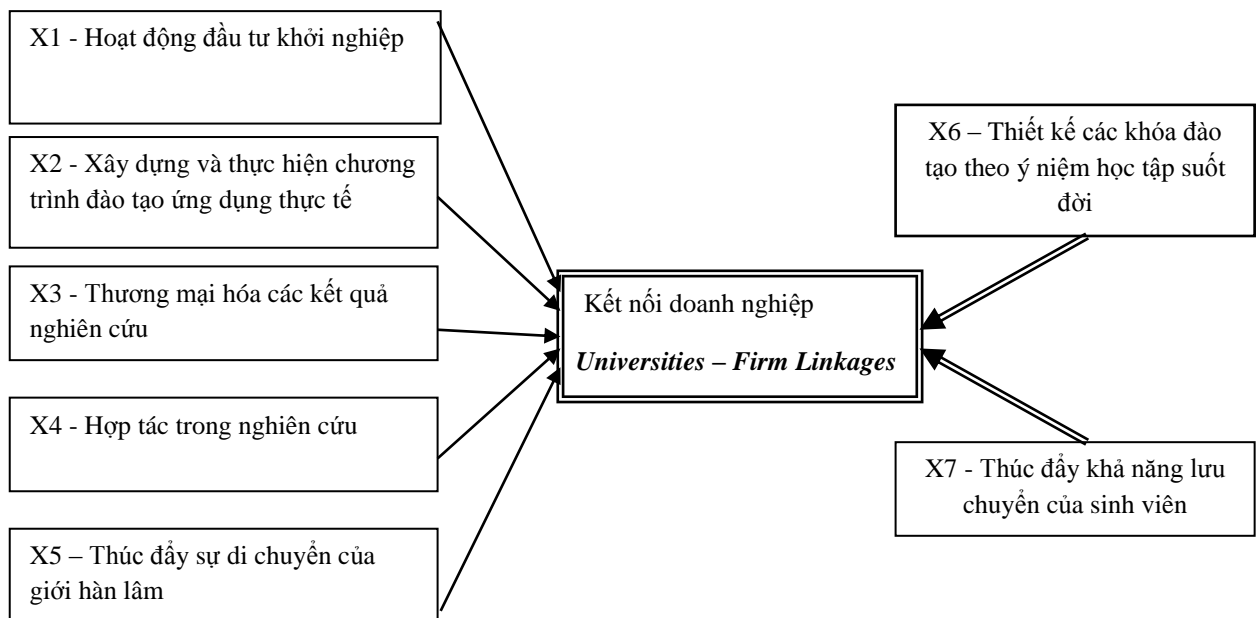
SSA2	.674					
SSA3	.659					
SSA4	.735					
SB1	.552					
SB2	.677					
SB3	.607					

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

### 3.4 Mô hình điều chỉnh

Trong mô hình này, biến phụ thuộc Kết nối doanh nghiệp. Các biến độc lập lần lượt là Hoạt động đầu tư khởi nghiệp, Xây dựng và thực hiện chương trình đào tạo ứng dụng thực tế, Thương mại hóa kết quả nghiên cứu, Hợp tác trong nghiên cứu, Thúc đẩy sự di chuyển của giới hàn lâm, Thiết kế các khóa đào tạo theo ý niệm học tập suốt đời, và Thúc đẩy khả năng lưu chuyên của sinh viên. Tương ứng với 7 giả thuyết H1,H2,H3,H4,H5,H6,H7 đều thể hiện mối quan hệ tỉ lệ thuận giữa biến 7 biến độc lập và 1 biến phụ thuộc.



Hình 3.1: Mô hình nghiên cứu hiệu chỉnh

### 3.5 Kiểm định mô hình

Phân tích hồi quy sẽ được thực hiện với 7 biến độc lập và biến phụ thuộc Y nhằm xác định cụ thể trọng số của từng yếu tố tác động đến hoạt động kết nối doanh nghiệp. Phân tích hồi quy được thực hiện bằng phương pháp hồi quy tổng thể các biến (phương pháp enter) với phần mềm SPSS 16.0. Kết quả hồi quy cho thấy hệ số  $R^2$  hiệu chỉnh 0,633, thống kê F và các biến đều có ý nghĩa thống kê ( $\text{sig} < 0,05$ ).

Bảng 3.6: Kết quả hồi quy  
Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1.518E-16	.043		.000	1.000
X1	.498	.043	.498	11.657	.000



X2	.376	.043	.376	8.803	.000
X3	.280	.043	.280	6.553	.000
X4	.221	.043	.221	5.169	.000
X5	.201	.043	.201	4.702	.000
X6	.205	.043	.205	4.797	.000
X7	.213	.043	.213	4.982	.000

a. Dependent Variable: REGR factor score 1 for analysis 7

$$Y = (-1.518E-16) + 0,489X_1 + 0,376X_2 + 0,280X_3 + 0,221X_4 + 0,201X_5 + 0,205X_6 + 0,213X_7 + \varepsilon$$

Thông qua hệ số Beta từ bảng kết quả hồi quy, cho thấy thành phần các hoạt động đầu tư khởi nghiệp quan trọng nhất đến Kết nối doanh nghiệp, lần lượt đến các thành phần Xây dựng và thiết kế chương trình đào tạo ứng dụng thực tế, Thương mại hóa các kết quả nghiên cứu, Hợp tác trong nghiên cứu, Thúc đẩy khả năng lưu chuyển của sinh viên, Thiết kế khóa đào tạo theo ý niệm học tập suốt đời, và Thúc đẩy sự dịch chuyển của giới hàn lâm.

### 3.6 Kiểm định giả thuyết

Từ các giả thuyết của mô hình ta có thể nhận thấy H1: Các hoạt động đầu tư khởi nghiệp càng nhiều thì khả năng kết nối doanh nghiệp càng cao, mối quan hệ này là tỉ lệ thuận.. Nhân tố Các hoạt động đầu tư khởi nghiệp có beta bằng 0,480, sig = 0,000<0,05) nên giả thuyết này được chấp nhận.

Tương tự, các giả thuyết H2, H4, H5, H6, H7 được chấp nhận trong nghiên cứu này.

## 4. KẾT LUẬN

### 4.1 Ý nghĩa thực tiễn và khuyến nghị giải pháp

Đối tượng nghiên cứu là các nhân tố tác động đến hoạt động kết nối doanh nghiệp của khoa Thương mại Du lịch, trường Đại học công nghiệp Tp.HCM. Nghiên cứu được thực hiện với đối tượng là sinh viên năm cuối, vừa kết thúc đợt thực tập doanh nghiệp và nghiên cứu định tính bằng phương pháp chuyên gia.

Nghiên cứu đã thống kê và xác định được 7 nhân tố tác động đến hoạt động kết nối doanh nghiệp. Thông qua 7 nhân tố này, nhóm tác giả đề xuất 7 nhóm giải pháp nhằm nâng cao hoạt động kết nối doanh nghiệp tại khoa Thương Mại – Du Lịch và cũng là một tài liệu tham khảo hữu ích cho khối ngành kinh tế.

### 4.2 Kiến nghị một số giải pháp để áp dụng kết quả nghiên cứu

#### Giải pháp 1: Đẩy mạnh các hoạt động đầu tư khởi nghiệp

*Khuyến khích giảng viên khởi nghiệp, sinh viên khởi nghiệp, qui chế thưởng, thủ tục hành chính, quỹ khởi nghiệp, thể lệ góp vốn, cổ đông tham gia hoạt động doanh nghiệp, mô hình trung tâm ứng dụng, đào tạo.*

Trường cần ban hành bộ quy chế hoạt động Đầu tư khởi nghiệp cho cả giảng viên, sinh viên và sự kết hợp giảng viên và sinh viên, hoặc doanh nghiệp. Khoa đẩy mạnh hoạt động khởi nghiệp mang tính chuyên ngành, tập trung phân khúc thị trường ngách. Tạo cơ chế bằng các giải thưởng Khởi nghiệp cấp khoa, cấp trường và cấp thành. Liên kết với các Hiệp hội nghề, tổ chức các cuộc thi chuyên ngành: Hướng dẫn viên tiềm năng, Hội thi nghề Khách sạn, Nhà hàng... Từ đó phát hiện nhân tố tích cực và hỗ trợ kịp thời.

#### Giải pháp 2: Xây dựng và thực hiện chương trình đào tạo ứng dụng thực tế

*Chương trình đào tạo có đa dạng các hình thức học tập, tỷ lệ lý thuyết/Thực hành các môn chuyên ngành phù hợp, áp dụng phương pháp đào tạo đa dạng, hiện đại, các qui định về tiểu luận, bài viết, chuyên đề có tính ứng dụng, hoạt động định hướng nghề nghiệp tốt, các kênh cập nhật thay đổi ngành đa dạng và chính thống.*

Khoa thường xuyên tổ chức các lớp học thực tế ở các doanh nghiệp thông qua tham quan, chia sẻ chuyên đề, chia sẻ kinh nghiệm, cụ thể Giảng viên tham gia khóa đào tạo cho nhân lực của ngành phân phối bán lẻ của Trung tâm LKIC. Ứng dụng phương pháp PBL (problem base learning) đã được trường tập huấn.

Ký biên bản hợp tác lâu dài với doanh nghiệp, khách sạn, nhà hàng. Mời doanh nghiệp tham gia vào quá trình xây dựng và đánh giá chương trình đào tạo

Đẩy mạnh thường xuyên các hoạt động sinh viên tham gia thực tế cùng doanh nghiệp như xây dựng tour, lập trang web chuyên dụng, viết các phần mềm ứng dụng, marketing online, nghiên cứu công thức pha chế thức uống.

Xây dựng các phòng mô phỏng kinh doanh, trải nghiệm các phần mềm ứng dụng thực tế ngành: khai báo hải quan điện tử, đặt phòng khách sạn, nhà hàng, tiếp tân.

Kết hợp các hình thức đào tạo online và offline cho sinh viên, trang bị tư duy của người làm chương trình đào tạo theo hướng kết hợp: training, learning, coaching, mentoring, teaching và service learning methods. Lựa chọn 1 số môn chuyên ngành làm mẫu điển hình.

### **Giải pháp 3: Thương mại hóa các kết quả nghiên cứu**

*Kết quả nghiên cứu được doanh nghiệp triển khai, khung pháp lý cho việc chuyển giao kết quả chặt chẽ, kết quả nghiên cứu được trưng bày và thực nghiệm, kết quả nghiên cứu định hướng cho chương trình đào tạo của khoa.* Khoa cần thiết có nhân sự có năng lực chuyên trách mảng kết nối doanh nghiệp Bộ phận chuyên trách này phụ trách kế hoạch triển khai và tổ chức các hoạt động kết nối đặc trưng của khoa.

### **Giải pháp 4: Hợp tác trong nghiên cứu**

*Khoa chủ động tiếp cận nhu cầu doanh nghiệp, Khoa thực hiện những nghiên cứu do doanh nghiệp đề xuất, kết nối các cơ quan thực hiện các khảo sát nhu cầu*

Khoa chủ động tiếp cận doanh nghiệp, viện nghiên cứu, trung tâm ứng dụng đàm phán trở thành đơn vị cung cấp dịch vụ: dự án marketing online cho dòng sản phẩm, Viết bài facebook cho sản phẩm, công thức pha chế cho sản phẩm, công thức làm bánh, ...

Hợp tác với các viện đào tạo thực tế ứng dụng, hiệp hội nghề trong nước và quốc tế đào tạo và cấp chứng chỉ nghề quốc tế.

### **Giải pháp 5: Thúc đẩy lưu chuyển của giới hàn lâm**

*Khuyến khích giảng viên làm việc thực tế tại doanh nghiệp, ứng dụng tình huống thực tế của doanh nghiệp trong môn học, giảng viên cập nhật xu hướng ngành.*

Giảng viên cần được tiếp cận với những nghiên cứu, khóa học chuyên sâu, chứng chỉ quốc tế về ngành, phát triển mảng huấn luyện và tư vấn doanh nghiệp. Đẩy mạnh sinh hoạt chuyên môn học thuật trong nội bộ khoa, đội ngũ giảng viên kế thừa.

Khuyến khích giảng viên làm việc thực tế tại doanh nghiệp. Khoa cần ban hành chính sách và quy định cụ thể đối với giảng viên làm doanh nghiệp và giảng viên doanh nghiệp. Yêu cầu bắt buộc giảng viên phải ứng dụng tình huống thực tế của doanh nghiệp trong môn học chuyên ngành, phối hợp với Giảng viên doanh nghiệp trong quá trình thiết kế nội dung bài giảng, lịch trình giảng dạy.

Xây dựng cơ chế khuyến khích giảng viên khởi nghiệp, mở các doanh nghiệp trong lãnh vực. Sau mỗi đợt thực tập, mở cuộc hội thảo đối thoại giữa doanh nghiệp và sinh viên thực tập.

Tuyển dụng và đào tạo giảng viên đủ năng lực về kiến thức, kỹ năng, thái độ và trải nghiệm thực tiễn doanh nghiệp. Giảng viên cần được tiếp cận và đào tạo các năng lực: tư duy giảng dạy và học tập của người trưởng thành, thấu hiểu các phong cách học tập của người lớn, lý thuyết học tập suốt đời, kỹ năng học tập cho sinh viên và bắt buộc áp dụng các phương pháp giảng dạy như: Flipped –classroom, Problem base learning và Service – learning Method, Mô hình đào tạo 70-20-10

### **Giải pháp 6: Thiết kế các khóa đào tạo theo ý niệm học tập suốt đời**

*Yêu cầu chuẩn tiếng Anh cao đối với sinh viên nhận bằng tốt nghiệp, các môn học được thiết kế theo hướng tăng tính chủ động tự học, tự nghiên cứu của sinh viên, các gợi ý nghiên cứu mở để sinh viên tiếp tục tìm hiểu.*

Chủ động thiết kế các hoạt động xây dựng văn hóa học tập chủ động và chia sẻ trong cộng đồng sinh viên của khoa (Community - learning).

### **Giải pháp 7: Thúc đẩy khả năng lưu chuyển của sinh viên**

*Cộng đồng cựu sinh viên cùng chia sẻ về ngành, cộng đồng doanh nghiệp chia sẻ về ngành, nghề, giảng viên doanh nghiệp.*

Xây dựng cộng đồng sinh viên khoa Thương mại du lịch theo chủ đề môn học, các đối tượng cùng tham gia: giảng viên, doanh nghiệp, sinh viên, lãnh đạo, hoạt động đoàn hội. Cộng đồng hoạt động online và offline, phát huy lợi thế của học trực tuyến với đa dạng các hoạt động sau đào tạo để rèn luyện và phát triển bản thân và phát triển nghề cho sinh viên. Thời gian thường xuyên và đều đặn, được tổ chức có kế hoạch và triển khai và giám sát kịp thời. Cần thiết hình thành câu lạc bộ chuyên ngành của khoa.

Các giải pháp xoay quanh cơ chế 4 bên tham gia tăng cường hoạt động kết nối doanh nghiệp:

*Về phía Trường:* Ban hành bộ chính sách hướng dẫn về kết nối doanh nghiệp, sự hỗ trợ và phối hợp đồng bộ các phòng ban chức năng và các khoa và trường.

Về phía Khoa, bộ môn, giảng viên: xây dựng kế hoạch theo đặc thù của khoa. Chủ động kết nối doanh nghiệp đa dạng các hình thức khác nhau, tuyển dụng và đào tạo ngũ giảng viên đủ năng lực về kiến thức nghề, đạo đức nghề và kinh nghiệm nghề. Thương mại hóa các kết quả nghiên cứu.

Về phía doanh nghiệp: Chủ động kết nối với khoa và có kế hoạch dài hạn, tâm huyết với giáo dục và cộng đồng sinh viên, đồng hành cùng khoa trong hoạt động: xây dựng chương trình đào tạo, triển khai các hoạt động cho môn học định hướng, chuyên ngành.

Về phía sinh viên: được truyền thông và định hướng học tập trong môi trường tích cực, tự học và ứng dụng lý thuyết vào thực tế

## 5. CÁC HẠNH CHẾ VÀ HƯỚNG NGHIÊN CỨU TIẾP THEO

Nghiên cứu này thực hiện đối với sinh viên khoa Thương mại Du lịch, nên các giải pháp tập trung tính đặc thù ngành dịch vụ của Khoa.

Hướng nghiên cứu tiếp theo nên thực hiện đối với sinh viên toàn trường và lý thuyết nền của đề tài. Từ đó xây dựng mô hình kết nối doanh nghiệp cấp Trường, và các khoa xây dựng mô hình phù hợp với cấp Khoa.

Mỗi một giải pháp trên có thể hình thành đề tài nghiên cứu cụ thể như: Xây dựng văn hóa học tập suốt đời cho sinh viên, Giải pháp xây dựng chương trình đào tạo theo chuẩn năng lực nghề, Đề án xây dựng cộng đồng sinh viên Ngành, Khoa, và Trường. Giải pháp đẩy mạnh nghiên cứu ứng dụng trường học và doanh nghiệp,

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

Davey Todd, Meerman Arno, Muros Victoria Galan, Orazbayeva Balzhan and Baaken Thomas (2017),

The State of University-Business Cooperation in Europe – Final Report, [https://www.ub-cooperation.eu/pdf/final\\_report2017.pdf](https://www.ub-cooperation.eu/pdf/final_report2017.pdf), truy cập ngày 28/9/2018

D'Este, P. and Patel, P. (2007), University-Industry Linkages in the UK: What are the Factors Underlying the Variety of Interactions with Industry?, Research

Policy 36 (2007) 1295-1313, <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0048733307001199>, truy cập ngày 19/7/2017

Đoàn Văn Tình (2015), “Liên kết giữa trường đại học và doanh nghiệp: Kinh nghiệm quốc tế và liên hệ với Việt Nam”, *Tạp chí Kinh tế và Dự báo*, (13/2015), 46 – 48.

Giuliana Elisa and Arza Valeria (2008), “What drives the formation of valuable University-Industry linkages? An under-explored question in a hot policy debate”, *Science and Technology Policy Research – University of Sussex*, Paper No.170

Hoàng Hùng và các tác giả (2016), MÔ HÌNH TRƯỜNG "ĐẠI HỌC - DOANH NGHIỆP": MÔ HÌNH, CƠ CHẾ VÀ CHÍNH SÁCH TRONG BỐI CẢNH VIỆT NAM, [http://www.pvu.edu.vn/images/khoa-hoc-cong-nghe/bai-bao-khoa-hoc/6-2016/GV1509\\_paper\\_hung.pdf](http://www.pvu.edu.vn/images/khoa-hoc-cong-nghe/bai-bao-khoa-hoc/6-2016/GV1509_paper_hung.pdf), truy cập ngày 9/9/2018

Lê Tuấn Bách và Chu Mai Linh (2015), “Hoạt động liên kết Trường Đại học với Doanh nghiệp – Áp dụng cho Việt Nam”, *Tạp chí Khoa học Trường Đại học An Giang*, Số.5 (1), 29 – 36.

Mạnh Xuân (2015), Gắn kết trường đại học và doanh nghiệp trong đào tạo nhân lực,

<http://www.nhandan.com.vn/giaoduc/tin-tuc/item/25807602-gan-ket-truong-dai-hoc-va-doanh-nghiep-trong-dao-tao-nhan-luc.html>, truy cập ngày 18/3/2018

Ngọc Hà (2014), POHE: Mô hình đào tạo đáp ứng nhu cầu doanh nghiệp, <http://baothuathienhue.vn/pohe-mo-hinh-dao-cao-dap-ung-nhu-cau-doanh-nghiep-a9200.html>, truy cập ngày 18/3/2018

Nguyễn Đình Luận (2015), “Sự gắn kết giữa nhà trường và doanh nghiệp trong đào tạo nguồn nhân lực phục vụ phát triển kinh tế - xã hội ở Việt Nam: Thực trạng và khuyến nghị”, *Tạp chí Phát triển & Hội nhập – Trường Đại học Kinh tế Tài chính Tp.HCM*, Số 22 (32) – Tháng 05-06/2015, 82-87.

Nguyễn Hồng Sơn (2015), Tham luận: Liên kết giữa trường ĐH và doanh nghiệp trong phát triển nguồn nhân lực tại Đại hội VCCI lần thứ VI,

[http://ueb.edu.vn/Uploads/file/luumaianh@yahoo.com/2015/03/30/Tham%20luan%20tai%20VCCI-](http://ueb.edu.vn/Uploads/file/luumaianh@yahoo.com/2015/03/30/Tham%20luan%20tai%20VCCI-Nguyen%20Hong%20Son%5B1%5D.docx)

[Nguyen%20Hong%20Son%5B1%5D.docx](http://ueb.edu.vn/Uploads/file/luumaianh@yahoo.com/2015/03/30/Tham%20luan%20tai%20VCCI-Nguyen%20Hong%20Son%5B1%5D.docx), truy cập ngày 14/3/2018

Nguyễn Kim Dung và Phạm Thị Hương (2017), “Thực trạng hợp tác của các trường đại học với doanh nghiệp ở Việt Nam”, *Tạp chí Khoa học - Trường Đại học Sư phạm Tp.HCM*, Tập 14, Số 4 (2017), 29-41.

Phạm Thị Ly (2012), “Về quan hệ hợp tác giữa nhà trường và doanh nghiệp”, *Thông tin Giáo dục Quốc tế - Đại học Nguyễn Tất Thành*, Số 08/2012, 2 – 11.

Vũ Thị Phương Anh (2013), Gắn kết giữa nhà trường và doanh nghiệp: Phải chăng còn thiếu một mắt xích?, <http://ncgdnv.blogspot.com/2013/10/gan-ket-giuanha-truong-va-doanh-nghiep.html>, truy cập ngày 18/04/2017

*Ngày nhận bài: 03/01/2020*

*Ngày chấp nhận đăng: 26/06/2020*