

MỤC LỤC

KINH TẾ VÀ QUẢN LÝ

- 1. Nguyễn Thị Mỹ Linh và Đoàn Thị Thu Trang** - Ngưỡng nợ nước ngoài tối ưu đối với tăng trưởng kinh tế: nghiên cứu trường hợp các quốc gia ASEAN. *Mã số: 173.1DEco.11* 3
The Optimal Threshold of External Debt for Economic Growth: A Case Study of Asean Countries
- 2. Nguyễn Đức Thành, Đỗ Phương Thảo và Phạm Hà Châu Quế** - Ảnh hưởng của đầu tư R&D đến kết quả tài chính của doanh nghiệp chế biến thực phẩm niêm yết trên sàn giao dịch chứng khoán Việt Nam. *Mã số: 173.1TrEM.11* 16
Impact of R&D Investment on Business Financial of Food Processing Firm Group on Vietnam Stock Exchange
- 3. Bùi Quang Bình** - Vốn giáo dục, vốn sức khỏe và tăng trưởng kinh tế: Trường hợp ở Duyên hải Nam Trung Bộ và Tây Nguyên của Việt Nam. *Mã số: 173.1GEMg.11* 29
Educational Capital, Health Capital and Economic Growth: Case in Southern Central Content and West Central Highlands of Vietnam

QUẢN TRỊ KINH DOANH

- 4. Nguyễn Thị Hoàng Yến và Phạm Long Châu** - Tác động của đánh giá trực tuyến và sự tương đồng giữa hình ảnh bản thân, hình ảnh điểm đến đến thái độ và ý định lựa chọn điểm đến du lịch của gen Y. *Mã số: 173.2BMkt.21* 38
Impact of online review and self-image congruence on attitude and destination choice intention of gen Y

- 5. Bùi Thị Hiền và Nguyễn Thu Trang** - Ảnh hưởng của các đặc điểm hội đồng quản trị đến hành vi quản trị lợi nhuận tại các doanh nghiệp niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam. **Mã số: 173.2HRMg.21** 52

The Effect of Board Characteristics on Earnings Management: the Case of Firms Listed on Vietnam Stock Exchange

- 6. Nguyễn Việt Bằng và Nguyễn Thị Hoàng Yến** - Tích hợp lý thuyết U&G và lý thuyết hành vi hoạch định để đánh giá tác động của quảng cáo Facebook đối với Ý định mua hàng. **Mã số: 173.2BMkt.21** 65

Integrating the U&G theory and theory of planned behavior to test the impact of Facebook advertising on Purchase Intention

Ý KIẾN TRAO ĐỔI

- 7. Bùi Thị Thu Loan, Thân Thanh Sơn và Ngô Văn Quang** - Các yếu tố ảnh hưởng đến sự gắn kết giữa nhà trường và doanh nghiệp: Nghiên cứu tại trường đại học công nghiệp Hà Nội. **Mã số: 173.3OMIs.32** 85

Determinants Affecting the Cooperation Between University and Enterprise: the Case Study at Hanoi University of Industry

- 8. Ngô Đức Chiến** - Vai trò của động lực dịch vụ công trong việc nâng cao hành vi công dân tổ chức của công chức trên địa bàn Thành Phố Đà Nẵng. **Mã số: 173.3OMIs.31** 99

The Role of Public Services Motivation in Improving Organizational Citizen Behaviors of Civilities in Danang City

Ý KIẾN TRAO ĐỔI

CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN SỰ GẮN KẾT GIỮA NHÀ TRƯỜNG VÀ DOANH NGHIỆP: NGHIÊN CỨU TẠI TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHIỆP HÀ NỘI

Bùi Thị Thu Loan

Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội

Email: loanbtt@hau.edu.vn

Thân Thanh Sơn

Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội

Email: sontt@hau.edu.vn

Ngô Văn Quang

Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội

Email: quangnv@hau.edu.vn

Ngày nhận: 23/09/2022

Ngày nhận lại: 28/11/2022

Ngày duyệt đăng: 30/11/2022

Sự hợp tác ở cấp độ tổ chức giữa trường đại học và doanh nghiệp là xu thế hiện nay nhằm hướng đến mục tiêu lợi ích của cả hai bên và hướng hoạt động đào tạo gắn kết với thực tiễn. Dựa trên việc kiểm tra toàn diện các cấp độ của hợp tác về đào tạo, nghiên cứu triển khai và hợp tác chuyên sâu đại diện cho sự gắn kết giữa nhà trường và doanh nghiệp với mẫu nghiên cứu gồm 131 khảo sát từ phía các doanh nghiệp hiện đang có quan hệ hợp tác với Trường Đại học công nghiệp Hà Nội, nghiên cứu xác nhận ảnh hưởng tích cực và nhất quán của các yếu tố lợi ích - trách nhiệm, sự tương đồng văn hóa, lòng tin và chính sách hỗ trợ đến sự gắn kết. Yếu tố quy mô doanh nghiệp cũng được kiểm soát trong mô hình nghiên cứu. Dựa trên kết quả phân tích hồi quy, một số hàm ý giải pháp nhằm duy trì và phát triển mối quan hệ trong hoạt động hợp tác giữa nhà trường và doanh nghiệp hiện nay và hướng nghiên cứu trong tương lai được thảo luận và đề xuất.

Từ khóa: Hợp tác, lòng tin, lợi ích, tương đồng văn hóa, trách nhiệm xã hội.

JEL Classifications: P13.

1. Giới thiệu

Mô hình tổ chức Doanh nghiệp - Nhà trường thường được xem là giải pháp hữu hiệu trong đào tạo triển khai bởi sự tích hợp mang tính tập đoàn. Theo mô hình này, các cơ sở đào tạo trực thuộc doanh nghiệp sẽ có nhiều cơ hội triển khai hiệu quả các triết lý đào tạo gắn kết với thực tiễn. Tuy nhiên, mô hình tổ chức này rất hạn chế, chỉ phù hợp và

được tổ chức với số ít các tập đoàn lớn mà trong đó, các trường đào tạo được thành lập như một pháp nhân độc lập với mảng kinh doanh, nhưng vẫn có những kết nối nhất định với hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Do đó, trên thực tế, để đạt được mục tiêu đào tạo gắn kết với thực tiễn, phần lớn các cơ sở giáo dục dựa trên mục tiêu chiến lược và định hướng đào tạo chủ động phát triển mối quan

Ý KIẾN TRAO ĐỔI

hệ hợp tác với các doanh nghiệp. Trên thế giới, mô hình này đã được rất nhiều quốc gia trong khu vực và trên thế giới triển khai. Chẳng hạn, mô hình phương thức hợp đồng ba bên gồm trường đại học, doanh nghiệp và người học được triển khai tại Thái Lan, theo đó, các điều khoản cam kết được cụ thể hóa trong hợp đồng liên quan đến các cam kết về tài chính, cơ sở vật chất, nội dung đào tạo và cơ chế của hoạt động hợp tác. Mô hình này cũng được thực hiện tại Thụy Sĩ với các cam kết khá tương đồng với Thái Lan, và được tổ chức rộng rãi tại cả các doanh nghiệp thuộc khu vực tư nhân và khu vực công và gọi tên là mô hình ba bên (Trial System) đối với đào tạo nghề, nhà nước quản lý các hoạt động liên kết đào tạo giữa cơ sở giáo dục và doanh nghiệp.

Tại Singapore, mô hình gắn kết với doanh nghiệp tập trung vào giáo dục dạy nghề kỹ thuật với mục tiêu thúc đẩy phát triển nguồn nhân lực và giải quyết mối quan hệ giữa cơ sở đào tạo và doanh nghiệp trong mục tiêu phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao nhằm phát triển kinh tế dựa trên cơ chế hỗ trợ Nghiên cứu – phát triển yêu cầu các doanh nghiệp tham gia cả vào quá trình giảng dạy và quá trình hỗ trợ người học. Tại Hàn Quốc, mô hình [2 + 1] được triển khai hiệu quả với hai năm đào tạo tại trường đại học và một năm thực tập tại doanh nghiệp. Luật của Hàn Quốc quy định các công ty sử dụng trên 300 lao động buộc phải có bộ phận tổ chức đào tạo tại doanh nghiệp, đã giúp Hàn Quốc đạt được mục tiêu đào tạo theo nhu cầu xã hội, đáp ứng yêu cầu của đơn vị sử dụng lao động đối với người tốt nghiệp.

Những mô hình hợp tác được bàn thảo bởi yêu cầu từ thị trường lao động đòi hỏi các cơ sở giáo dục phải thay đổi thích ứng nhằm đáp ứng các đòi hỏi của thị trường lao động cũng như yêu cầu đổi mới giáo dục của mỗi quốc gia nhằm nâng cao chất lượng nguồn nhân lực.

Tại Việt Nam, một số trường đại học cũng đã thực hiện sáng kiến hợp tác với doanh nghiệp, thiết kế mô hình đào tạo học tập trải nghiệm và đổi mới sáng tạo, hay tham gia vào chuỗi sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Tuy nhiên, các kết quả đạt được còn có những hạn chế nhất định. Trong khi đó, thiếu thực tiễn và kinh nghiệm chuyên môn cũng như cần thời gian khá dài để đáp ứng với yêu cầu công việc sau khi tốt nghiệp vẫn đang được xem như là những yếu tố phổ biến cản trở các cơ hội việc làm của người học. Vấn đề này dẫn đến phát sinh chi phí cơ hội cho người học và phí tổn đào tạo và tuyển dụng của doanh nghiệp. Xét trên tổng thể nền kinh tế, năng lực cạnh tranh và khả năng tăng trưởng cũng sẽ gặp những bất lợi nhất định bởi chất lượng nguồn nhân lực và hiệu suất kinh doanh của doanh nghiệp là một trong những yếu tố động lực quan trọng của tăng trưởng. Do đó, tăng cường sự hợp tác và gắn kết không chỉ mang lại lợi ích ba bên gồm người học, nhà trường và doanh nghiệp mà còn đáp ứng yêu cầu và mục tiêu phát triển chung của nền kinh tế mỗi quốc gia. Tuy nhiên, để thúc đẩy sự hợp tác và gắn kết giữa cơ sở giáo dục và nhà trường một cách hiệu quả, cần có sự nhận diện các yếu tố đóng vai trò trọng yếu thúc đẩy ý định hợp tác của phía doanh nghiệp.

Trên cơ sở kiểm tra một cách đầy đủ về các cấp độ của sự gắn kết bao gồm hợp tác trong đào tạo, hợp tác trong nghiên cứu triển khai và hợp tác chuyên môn chuyên sâu, các phát hiện cho thấy trong mẫu nghiên cứu hiện tại, trách nhiệm xã hội đóng vai trò như một yếu tố của lợi ích. Do đó, tác giả xem xét việc kiểm tra mô hình với sự tham gia của yếu tố lợi ích từ trách nhiệm thay vì hai yếu tố lợi ích và trách nhiệm xã hội như dự kiến ban đầu. Theo đó, kết quả phân tích hồi quy dựa trên mẫu dữ liệu chéo từ kết quả của 131 phản hồi từ phía các doanh nghiệp đã tham gia hợp tác với nhà trường cho thấy, các yếu tố lợi ích- trách nhiệm, niềm tin,

sự tương đồng văn hóa tổ chức và chính sách hợp tác có ảnh hưởng tích cực đến mối quan hệ này. Kết quả nghiên cứu này cũng góp phần làm sâu sắc hơn những hiểu biết về sự hợp tác ở cấp độ tổ chức mà ở đó không phải là các quan hệ kinh tế đơn thuần dựa trên hợp đồng như giữa các doanh nghiệp và các tập đoàn kinh tế thường triển khai trong hoạt động kinh doanh của mình.

Phần tiếp theo của bài báo gồm: (2) Tổng quan nghiên cứu; (3) Giả thuyết và mô hình nghiên cứu; (4) Kết quả nghiên cứu và thảo luận và (5) Kết luận.

2. Tổng quan nghiên cứu

Nghiên cứu về sự hợp tác đã hình thành nên khối tài liệu đáng kể, trong đó, việc hợp tác với các trường đại học nhấn mạnh vai trò động lực cho tăng trưởng kinh tế (Brimble & Doner, 2007) cũng như tăng cường khả năng hấp thụ một cách chủ động trong hoạt động chuyên giao công nghệ giữa nhà trường và doanh nghiệp, mà theo đó, doanh nghiệp thương mại hóa các kết quả nghiên cứu của các trường đại học, góp phần vào hoạt động đổi mới của quốc gia (Kodama & Suzuki, 2007) hay gia tăng xung lực đổi mới nhằm nâng cao khả năng cạnh tranh, thúc đẩy các sản phẩm và dịch vụ mới trong lĩnh vực công nghệ thông tin và truyền thông (Rohrbeck và Arnold 2006). Những động lực này đã hướng sự quan tâm của các doanh nghiệp trong mục tiêu gắn kết với các trường đại học để thúc đẩy tiềm năng đổi mới như một phương pháp được gán nhãn thuộc thể hệ thứ 4 của hoạt động R&D của doanh nghiệp để đạt được lợi thế cạnh tranh trong bối cảnh thị trường có sự chuyển động mạnh mẽ (Soh và Roberts, 2005). Hợp tác cũng là cách thức giúp doanh nghiệp nâng cao năng lực tự đổi mới (Faems et al, 2005) và giúp doanh nghiệp cập nhật các công nghệ mới nhất để có thể tác động tích cực đến hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp (George và cộng sự, 2002).

Các nghiên cứu tại các quốc gia phát triển cho thấy sự tham gia chủ động của khu vực doanh nghiệp tư nhân đối với các trường đại học bởi các lợi ích từ hợp tác mang lại. Kết quả tác động tích cực đến hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp thông qua hợp tác cũng được ghi nhận trong nghiên cứu của George và cộng sự (2002). Sự hợp tác được ghi nhận mạnh mẽ trong lĩnh vực công nghiệp (Azagra et al, 2006), ngay cả khi hai tổ chức có sự khác biệt về quy mô, văn hóa và vị trí địa lý (Rohrbeck và Arnold 2006). Các yếu tố thúc đẩy các doanh nghiệp hợp tác với các trường đại học là mục tiêu hướng tới việc tìm kiếm các công nghệ mới nhất, sử dụng phòng thí nghiệm, tiết kiệm chi phí tuyển dụng, chia sẻ rủi ro trong nghiên cứu (Meyer and Schmoch, 1998) và ổn định các dự án nghiên cứu dài hạn (Hall và cộng sự, 2003).

Tuy nhiên, bên cạnh những lợi ích đạt được, một số nghiên cứu cũng cho biết các yếu tố có tác động tiêu cực trong hoạt động hợp tác giữa cơ sở đào tạo và doanh nghiệp. Các yếu tố này bao gồm yếu tố văn hóa, thể chế và cách thức vận hành (Van Dierdonck and Debackere, 1988). Theo đó, những khác biệt về mục tiêu và nhiệm vụ cũng như các xung đột lợi ích liên quan đến bí mật công nghệ và quyền sở hữu trí tuệ hạn chế hiệu quả của sự hợp tác bên cạnh rào cản về ngôn ngữ. Rào cản về thể chế phát sinh do sự khác biệt về tính chất công việc, nhận thức chung về phạm vi R&D và các thay đổi về cơ cấu và trách nhiệm của doanh nghiệp (Rosenberg và Nelson 1994); Cyert, và Goodman, 1997). Rào cản về hoạt động phát sinh liên quan đến việc thiếu kiến thức về đối tác cũng như quy trình hoạt động dẫn đến sự phối hợp và quản lý dự án hợp tác không đầy đủ (Siegel et al, 2003 ; Hurlmelinna, 2004).

Nghiên cứu của (Brimble và Doner, 2007) trong trường hợp tại Thái Lan cũng cho biết thêm về mô thức bảo hộ và đổi mới ở cấp độ thấp cũng là yếu tố

có ảnh hưởng tiêu cực đến sự liên kết giữa nhà trường và doanh nghiệp thuộc khu vực tư nhân. Phát hiện này được biết như một ngoại lệ về ảnh hưởng mang tính bối cảnh về cơ chế kinh tế ảnh hưởng đến sự hợp tác giữa nhà trường và doanh nghiệp. Mặc dù có những khó khăn nhất định, song lợi ích từ hợp tác giữa các bên vẫn luôn được xem là một trong những yếu tố thúc đẩy mối quan hệ này.

Tại Việt Nam, nghiên cứu về hợp tác UILs cũng đã được thực hiện trong thời gian gần đây, nghiên cứu của (Khoa và Mai Anh, 2021) xác nhận yếu tố niềm tin và nhận thức trách nhiệm xã hội là một yếu tố thúc đẩy hợp tác UILs. Mối quan hệ này đóng vai trò quan trọng trong việc giúp gia tăng cơ hội việc làm cho sinh viên tốt nghiệp. Một số nghiên cứu khác cũng cho biết vai trò của hợp tác đối với nâng cao chất lượng đào tạo (Toàn, 2018, Toàn, 2016) cũng như giúp khai thác tối ưu nguồn lực của các bên (Toàn, 2016). Tuy nhiên, các nghiên cứu này chủ yếu nhấn mạnh đến những hạn chế trong đó bao gồm cả các rào cản từ cơ chế, chính sách của nhà nước và đặc biệt mạng lưới kết nối với doanh nghiệp của các trường đại học ở mức độ thấp và ngắn hạn (Toàn, 2016). Những vấn đề này sẽ là các yếu tố ngăn cản lợi ích của các bên trong mối liên hệ gắn kết, đồng thời không hiện thực hóa mục tiêu đổi mới giáo dục toàn diện của Chính phủ cũng như gây bất lợi trong phát triển kinh tế - xã hội nói chung. Tuy nhiên những gợi ý này chưa được kiểm tra đầy đủ trong mô hình nghiên cứu. Bên cạnh đó, việc hợp tác chủ yếu mới được xem xét trên góc độ của cơ hội việc làm hay cấp độ cơ bản là hợp tác trong tuyển dụng thay vì xem xét toàn diện trên các cấp độ của hợp tác như một mô thức gắn kết chuyên sâu của cấp độ tổ chức. Yếu tố văn hóa cũng chưa được kiểm tra đầy đủ trong các nghiên cứu hiện có, mặc dù đã được đề cập và gợi ý như một yếu tố đóng vai trò quan trọng trong mối quan hệ này, như

một đại diện của sự thích ứng bên ngoài (Shahza và cộng sự, 2012). Những vấn đề này thúc đẩy nghiên cứu tìm hiểu để nhận diện tổng thể các yếu tố ảnh hưởng đến sự gắn kết của doanh nghiệp với nhà trường, từ đó hàm ý giải pháp để phát triển mối quan hệ này trong hoạt động đào tạo gắn với thực tiễn của trường đại học.

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Giả thuyết nghiên cứu

- Yếu tố về lòng tin hay sự tin tưởng đối tác

Niềm tin là yếu tố quan trọng tạo dựng mối liên kết chặt chẽ giữa các phía trong hợp tác bởi liên quan đến nhận thức rằng đối tác sẽ hành động hoặc có khuynh hướng chi phối các hành động trong quá trình hợp tác theo hướng tích cực để có kết quả thuận lợi và hiệu quả hơn là nguy cơ gây bất lợi tiềm năng một cách có chủ đích đối với bên hợp tác. Do đó, trong hoạt động hợp tác, sự gắn kết sẽ gia tăng nếu tồn tại lịch sử kinh nghiệm hợp tác đã được xây dựng và bồi đắp từ trước đó. Khi yếu tố niềm tin được thiết lập giúp làm giảm nguy cơ về mối quan tâm đối với hành vi cơ hội của đối tác, do đó thiết lập được mô thức cho một mối quan hệ nhất định mà tùy theo cơ chế cụ thể có thể thiết lập mô hình quản trị theo hợp đồng hoặc không phụ thuộc vào hợp đồng.

Như vậy, niềm tin đóng vai trò là một yếu tố trong việc gắn kết với đối tác, tạo điều kiện để mối quan hệ hợp tác sâu sắc hơn như việc chia sẻ kiến thức, kỹ năng (Moller và Svahn, 2004). Ngược lại, mức độ gắn kết sẽ thấp bởi thiếu niềm tin sẽ dẫn đến sự hạn chế trong trao đổi thông tin và kiến thức, kỹ năng (Currall, 1995). Do đó, giả thuyết về mối quan hệ tích cực giữa lòng tin và sự gắn kết của doanh nghiệp.

Giả thuyết H1: *Lòng tin của đối tác trong quan hệ hợp tác càng cao thì sự gắn kết giữa doanh nghiệp và nhà trường càng lớn.*

Trong nghiên cứu này, lòng tin được đo lường dựa trên sự tin tưởng lẫn nhau trong hợp tác, đã có sự tìm hiểu thông tin, đối tác tôn trọng và không vụ lợi cá nhân với các quyết định dựa trên sự đồng thuận giữa hai bên. Quan điểm này cũng nhận được sự đồng thuận của Jones và George (1998) cho rằng, quan hệ doanh nghiệp với các bên liên quan nên dựa trên sự tin tưởng và hợp tác, vì hành vi đạo đức, trung thực và đáng tin cậy bởi lòng tin không chỉ giúp nâng cao hiệu suất hoạt động của tổ chức mà còn giúp tăng lợi thế cạnh tranh cũng như sự hợp tác giữa các cá nhân và làm việc theo nhóm.

- Lợi ích của các bên liên quan

Sự gắn kết ở cấp độ tổ chức nhằm huy động hiệu quả nguồn lực của các bên liên quan mà giúp thỏa mãn mục tiêu của từng bên. Do đó, lợi ích của các bên trong mối quan hệ này là yếu tố cần có để có thể đạt được sự liên kết đối tác. Yếu tố lợi ích đảm bảo cho sự gắn kết thành công có thể thể hiện trên một số khía cạnh sau: (1) Sự gắn kết ở cấp độ tổ chức trong việc triển khai các hoạt động theo cam kết cần đảm bảo không ảnh hưởng hoặc không; (2) Việc triển khai các hoạt động theo cam kết cần tôn trọng lợi ích riêng, quy định cụ thể và nguyên tắc hoạt động của từng bên cũng như tuân thủ quy định của pháp luật.

Khác với hoạt động giữa các chủ thể trong kinh doanh, yếu tố lợi ích về mặt kinh tế có thể là yếu tố cốt lõi bên cạnh các lợi ích về tạo danh tiếng hay đóng góp về mặt xã hội. Sự kết nối với các cơ sở giáo dục chủ yếu hướng tới các hoạt động cộng đồng mà theo đó, các doanh nghiệp thậm chí còn đóng góp cả nguồn lực tài chính đáng kể để góp phần phát triển giáo dục cũng như chia sẻ tri thức và hỗ trợ người học như một mục tiêu phát triển bền vững của doanh nghiệp (Rohrbeck và Arnold 2006). Tuy nhiên, không vì thế mà có thể bỏ qua lợi ích của doanh nghiệp trong hoạt động hợp tác với các cơ sở

đào tạo bởi các lợi ích tiềm năng mà doanh nghiệp hướng tới. Chẳng hạn, việc tìm kiếm các công nghệ mới nhất, sử dụng phòng thí nghiệm, tiết kiệm chi phí tuyển dụng, chia sẻ rủi ro trong nghiên cứu (Meyer and Schmoch, 1998) và ổn định các dự án nghiên cứu dài hạn (Hall et al, 2003). Với cách tiếp cận này, nếu độ thỏa dụng về lợi ích đạt được của doanh nghiệp càng lớn thì sự gắn kết của doanh nghiệp càng cao và ngược lại. Do đó giả thuyết về mối quan hệ tích cực giữa yếu tố lợi ích và sự gắn kết trong hợp tác được đề xuất.

Giả thuyết H2: *Lợi ích của sự hợp tác càng cao thì sự gắn kết giữa doanh nghiệp với nhà trường càng chặt chẽ.*

- Giả thuyết về yếu tố trách nhiệm xã hội

Theo mô hình kinh doanh truyền thống, mọi hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp hướng vào việc tối ưu hóa chi phí và hiệu quả kinh doanh. Mô hình này tập trung chủ yếu vào việc nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp thông qua việc giảm giá thành sản phẩm, dịch vụ. Trong bối cảnh nền kinh tế hiện nay, mô hình kinh doanh có trách nhiệm đã được đề xuất, hướng hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp theo mục tiêu bền vững và có trách nhiệm với cộng đồng.

Trong hoạt động gắn kết giữa nhà trường và doanh nghiệp, việc gắn trách nhiệm xã hội với các dự án hợp tác giữa doanh nghiệp với các tổ chức giáo dục sẽ tạo ra những lợi ích kinh tế nhất định (Husted, 2003) như giảm thiểu chi phí giao dịch, phát triển đội ngũ, phát triển các cơ hội đối tác tiềm năng và xây dựng danh tiếng. Cam kết với các bên liên quan có thể không được cụ thể hóa trong một hợp đồng chính thức mà dựa trên các giá trị được cam kết, tuy nhiên, đây cũng là yếu tố quan trọng đóng vai trò chức năng trong các quá trình xây dựng sự gắn kết. Như được đề cập ở trên, sự kết nối với các cơ sở giáo dục hướng tới các hoạt động cộng

đồng, góp phần phát triển giáo dục cũng như chia sẻ tri thức và hỗ trợ người học có thể được xem như một mục tiêu phát triển bền vững của doanh nghiệp (Rohrbeck và Arnold 2006).

Như vậy có thể thấy, trách nhiệm xã hội có thể là một yếu tố tích cực, là động lực thúc đẩy doanh nghiệp gắn kết với các cơ sở giáo dục. Hoạt động hợp tác giúp doanh nghiệp xác định được các dự án, ý tưởng và cam kết có lợi cho cả tổ chức và xã hội cũng như cơ hội để triển khai và thực hiện các dự án và ý tưởng hay cam kết được đặt ra. Theo đó, các doanh nghiệp có thể tham gia hỗ trợ sinh viên và các cơ sở đào tạo trong các hoạt động thực tế. Do đó, các doanh nghiệp nhận thức về yếu tố trách nhiệm xã hội càng lớn sự gắn kết với cơ sở đào tạo càng cao.

Giả thuyết H3: Doanh nghiệp nhận thức trách nhiệm xã hội trong hoạt động hợp tác càng cao, sự gắn kết với nhà trường càng lớn.

- Sự tương đồng về văn hóa tổ chức

Văn hóa tổ chức là quy ước được thiết lập để khu trú các vấn đề về sự thích ứng bên ngoài và sự hòa nhập bên trong và là yếu tố giúp doanh nghiệp đạt được mục tiêu đặt ra (Shahza và cộng sự, 2012). Những quy ước này không chỉ đặt ra để làm tham chiếu mà thực sự là những biểu hiện và dấu hiệu khá tường minh mà có thể được thể hiện qua triết lý kinh doanh và sự tuân thủ của các thành viên trong tổ chức. Do đó, văn hóa tổ chức cho thấy những đặc điểm cơ bản và điển hình của một tổ chức và có thể trở thành một nguồn lợi thế cạnh tranh bền vững của tổ chức vì có thể tạo ra giá trị trong việc góp phần xử lý thông tin hiệu quả và giảm chi phí giám sát (Zhang & Li, 2013). Do đó, sự khác biệt về văn hóa, thể chế và cách thức vận hành cũng sẽ cản trở mối quan hệ này (Van Dierdonck and Debackere, 1988).

Văn hóa tổ chức định hình những giá trị cốt lõi và những quan niệm chung mà một doanh nghiệp theo đuổi và hướng tới trong hoạt động của tổ chức,

dẫn đến sự gắn kết của các thành viên (Lau và Idris, 2001; Zhang và Li, 2013). Các tổ chức khác nhau có văn hóa tổ chức khác nhau. Tuy nhiên, các hoạt động hợp tác giữa các tổ chức sẽ có nhiều trở ngại hơn nếu các khác biệt quá lớn về văn hóa tổ chức. Trong trường hợp hợp tác giữa doanh nghiệp và cơ sở giáo dục, sự gắn kết sẽ được tăng cường nếu các giá trị văn hóa là tương đồng, cùng hướng đến các mục tiêu chung và các giá trị cốt lõi. Do đó, sự tương đồng về văn hóa tổ chức của doanh nghiệp với cơ sở giáo dục càng cao, sự gắn kết sẽ càng lớn.

Giả thuyết H4: Sự gắn kết giữa doanh nghiệp và nhà trường càng lớn nếu sự tương đồng văn hóa giữa hai tổ chức càng cao.

Bên cạnh các yếu tố trên, nghiên cứu cũng kiểm tra ảnh hưởng của yếu tố về cơ chế hỗ trợ hợp tác thông qua các chính sách ưu tiên cho hoạt động này ở cấp độ nhà nước và doanh nghiệp. Các luận chứng đối với sự tham gia của yếu tố này dựa trên khuôn khổ về đặc tính bối cảnh nền kinh tế và mục tiêu của chính các doanh nghiệp. Kinh nghiệm từ các quốc gia cho thấy sự phát triển của hoạt động hợp tác giữa nhà trường và doanh nghiệp dựa trên cơ chế luật hóa và quy định. Chẳng hạn, đặc tính thể chế hình thành cách thức nhận thức chung về phạm vi hợp tác cũng như trách nhiệm của doanh nghiệp trong hoạt động hợp tác (Rosenberg và Nelson 1994); Cyert, và Goodman, 1997). Mục tiêu chiến lược của doanh nghiệp dựa trên cơ chế hoạt động liên quan đến việc tăng cường chia sẻ tri thức để có sự ưu tiên trong phối hợp và quản lý dự án hợp tác (Siegel et al, 2003) là cơ sở để thúc đẩy hoạt động này thông qua các chính sách về mức độ tham gia hợp tác với các cơ sở đào tạo. Do đó, chúng tôi kỳ vọng mối quan hệ tích cực giữa các yếu tố chính sách hỗ trợ cho hợp tác với sự gắn kết giữa nhà trường và doanh nghiệp.

3.2. Mô hình và phương pháp nghiên cứu

3.2.1. Mô hình nghiên cứu và đo lường biến

Nghiên cứu đề xuất mô hình gồm các yếu tố về lợi ích, lòng tin, trách nhiệm xã hội, sự tương đồng văn hóa và sự hỗ trợ chính sách. Mô hình cũng được kiểm soát theo quy mô doanh nghiệp khảo sát.

$Ganketi,t = f(Loiicht, Longtin, Trachnhiem, TuongdongVH, quy\ mô)$

$Ganketi,t = \beta_0 + \beta_1Loiichi,t + \beta_2 Longtin + \beta_3 TrachnhiemXH + \beta_4 TuongdongVH + \beta_5ChinhSach + \beta_6 Quy\ mo + \epsilon_i,t$

Trong đó:

- **Ganket**: Là biến phụ thuộc đại diện cho sự gắn kết giữa nhà trường và doanh nghiệp trên cấp độ bao gồm các hoạt động hợp tác và gắn kết trong đào tạo thể hiện ở các tuyên bố trong bảng khảo sát như “Tham gia vào quá trình xây dựng chương trình đào tạo”; “Phối hợp trong các hoạt động tham quan thực tế, thực tập tại doanh nghiệp”; Các hoạt động trong nghiên cứu và triển khai (R&D) như khả năng “Ứng dụng các nghiên cứu vào công việc kinh doanh” của doanh nghiệp; “Tham gia vào các hoạt động nghiên cứu sáng tạo, khởi nghiệp”; và các hoạt động ở cấp độ ưu tiên gắn kết trong hoạt động hợp tác bao gồm “Hỗ trợ sinh viên trong các hoạt động khởi nghiệp, nghiên cứu khoa học”; “Cấp học bổng cho sinh viên” và “Tham gia đầu tư học liệu, cơ sở vật chất cho các hoạt động dạy và học”. Nghiên cứu sử dụng thang đo Likert 5 mức độ từ “Hoàn toàn không đồng ý-1” đến “Hoàn toàn đồng ý - 5” cho mỗi tuyên bố được sử dụng trong khảo sát.

- Các biến độc lập: Tương tự như thang đo đối với biến phụ thuộc, dữ liệu đo lường cho các biến độc lập được tổng hợp từ dữ liệu của các biến quan sát được thể hiện qua mỗi tuyên bố tương ứng theo thang đo Likert 5 mức độ đại diện cho từng biến trong bảng câu hỏi khảo sát. Cụ thể như sau:

Loiich: Lợi ích của doanh nghiệp khi thực hiện sự hợp tác với nhà trường tại năm khảo sát. Đo lường lợi ích của hoạt động hợp tác dựa trên các tuyên bố liên quan đến lợi ích về nhân lực như “Việc hợp tác giúp việc tuyển dụng dễ dàng hơn”, “giúp doanh nghiệp tiết kiệm chi phí tuyển dụng và đào tạo” và “giúp tiếp cận nguồn nhân lực chất lượng cao và phù hợp với yêu cầu công việc” và lợi ích về vị thế doanh nghiệp từ hoạt động gắn kết như “hợp tác giúp doanh nghiệp nâng cao uy tín” và “mở rộng các cơ hội hợp tác trong tương lai”

Lòng tin: Lòng tin của doanh nghiệp khi tham gia vào sự hợp tác. Để đo lường cho biến lòng tin, chúng tôi thu thập dữ liệu về các đánh giá theo thang đo Likert 5 mức độ cho các tuyên bố liên quan đến việc hợp tác “giúp phát triển mối quan hệ giữa hai bên”, “không vụ lợi cá nhân”; “dựa trên sự hợp tác” và “sự đồng thuận giữa hai bên”.

TrachnhiemXH: Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp đối với hoạt động hợp tác. Biến này được đo lường thông qua các tuyên bố liên quan đến trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp qua hợp tác nhằm “xác định” và “thực hiện” các dự án có lợi cho tổ chức và xã hội; và công nhận “Tham gia hỗ trợ các cơ sở đào tạo trong các hoạt động thực tế doanh nghiệp là trách nhiệm xã hội của mỗi doanh nghiệp”.

TuongdongVH: Tương đồng văn hóa. Biến độc lập này được đo lường thông qua việc xác nhận của doanh nghiệp về tương đồng của cấu trúc hữu hình trong “tôn vinh các giá trị truyền thống” và “tương đồng về cách thức quản lý” giữa hai tổ chức; tương đồng về các giá trị đồng hành dựa trên việc “chú trọng phát triển sản phẩm phù hợp với yêu cầu của thị trường” và “chú trọng đẩy mạnh khoa học công nghệ và chuyển đổi số trong hoạt động kinh doanh” cùng “định hướng phát triển theo xu hướng bền vững và hội nhập”.

Ý KIẾN TRAO ĐỔI

Thang đo các biến ở trên được thiết kế dựa trên việc kế thừa từ thang đo có nguồn gốc từ các nghiên cứu của Currall (1995) Rohrbeck và Arnold (2006); Husted (2003); Zhang và Li, 2013; Khoa & Mai Anh (2021) và có điều chỉnh dựa trên sự phù hợp với bối cảnh nghiên cứu và thực trạng hợp tác trong bối cảnh nghiên cứu về vấn đề hợp tác giữa nhà trường và doanh nghiệp trên cơ sở kết quả phỏng vấn sâu.

3.2.2. Phương pháp nghiên cứu

Dữ liệu và mẫu nghiên cứu

Mẫu nghiên cứu sau khi kiểm tra về tính đầy đủ của thông tin và đảm bảo không sử dụng các phản hồi được thực hiện có trách nhiệm và đáng tin cậy gồm 131 quan sát được sử dụng trong phân tích. Các phản hồi được thu thập dưới 02 hình thức trực tiếp (47 hồi đáp) và trực tuyến được thiết kế dưới hình thức google form (84 hồi đáp). Mẫu được thu thập theo phương thức thuận tiện có phân tầng.

Với 04 biến độc lập tham gia vào mô hình, cỡ mẫu có thể sử dụng tốt trong phân tích EFA là 100 và cỡ mẫu tối thiểu trong phân tích hồi quy là tỷ lệ 5:1, tương ứng với 120 quan sát. Do đó, với kích thước mẫu là 131 quan sát phù hợp và đảm bảo cho báo cáo phân tích hồi quy.

Với các thang đo được kế thừa dựa trên các nghiên cứu trước đó với một số điều chỉnh nhỏ phù hợp hơn với nghiên cứu, được đánh giá theo thang đo Likert 5 mức độ từ 1 - Hoàn toàn không đồng ý, 2 - Không đồng ý, 3 - Bình thường, 4 - Đồng ý và 5 - Hoàn toàn đồng ý, các kết quả thu được cho mẫu nghiên cứu thực hiện sẽ được phân tích để có thể trả lời cho các câu hỏi nghiên cứu dựa trên mô hình hồi quy tuyến tính đa biến trên phần mềm phân tích dữ liệu thống kê SPSS 24.

Quy trình phân tích định lượng được thực hiện gồm 2 nội dung chính bao gồm phân tích nhân tố khám phá (EFA- Exploratory Factor Analysis) để kiểm định độ tin cậy và hội tụ của thang đo biến và phân tích hồi quy để xác định chiều hướng và mức độ ảnh hưởng của các yếu tố đến sự gắn kết của doanh nghiệp đối với nhà trường. Nội dung chi tiết cho phân tích định lượng được trình bày ở phần tiếp theo của đề tài.

4. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

4.1. Thống kê mô tả

- Phân tích độ tin cậy của thang đo và phân tích nhân tố khám phá EFA

Hệ số Cronbach's Alpha của các biến đại diện cho các yếu tố Lòng tin, lợi ích, trách nhiệm xã hội,

Bảng 1: Hệ số độ tin cậy của các khái niệm nghiên cứu

STT	Biến	Mã hóa biến	Hệ số độ tin cậy biến (Cronbach Alpha)	Số lượng biến quan sát của mỗi biến đo lường
1	Longtin	LT	0.944	4
2	Loiich	LI	0.899	4
3	TuongdongVH	TDVH	0.946	6
4	TrachnhiemXH	TNXH	0.939	3
5	Chính sách hỗ trợ	CS	0.867	3
5	Sự gắn kết	GK	0.968	9

(Nguồn: Tính toán của nhóm tác giả trên phần mềm SPSS 24)

tương đồng văn hóa và chính sách hỗ trợ lần lượt là 0.944; 0.939; 0.966 và 0.867. Hệ số Cronbach's Alpha của biến phụ thuộc đại diện cho sự gắn kết đạt 0.968. Mỗi biến đo lường này bao gồm số các biến quan sát như được mô tả tại nội dung đo lường biến trình bày tại Bảng 1 ở trên.

Kết quả hệ số tin cậy (Cronbach's Alpha) của các yếu tố này phản ánh mức độ đóng góp của các nhóm nhân tố nghiên cứu và đều lớn hơn 0.8 cho thấy thang đo nhân tố ở mức tốt và thang đo các khái niệm nghiên cứu về các yếu tố ảnh hưởng đến sự gắn kết trong hợp tác giữa doanh nghiệp và nhà trường được xây dựng từ các biến quan sát đảm bảo độ tin cậy cho phân tích nhân tố ở bước tiếp theo và không có quan sát nào bị loại bỏ trong quá trình phân tích độ tin cậy của thang đo.

- Phân tích nhân tố khám phá (EFA)

Nghiên cứu tiến hành phân tích nhân tố khám phá (EFA) đối với tất cả các biến quan sát đo lường các khái niệm về lòng tin, lợi ích, sự tương đồng văn hóa, trách nhiệm xã hội và chính sách hỗ trợ theo phương pháp trích nhân tố với phép quay vuông góc (Varimax). Tất cả các kết quả EFA trong nghiên cứu này đều lấy điểm dừng (eigenvalue) bằng 1 khi trích yếu tố với hệ số tải nhân tố trên 0.5. Kết quả phân tích cho thấy biến quan sát.

sát đều có mối tương quan với nhau trong tổng thể và phân tích nhân tố thích hợp với dữ liệu nghiên cứu (Sig.= 0.000 < 0.05), thỏa mãn các điều kiện của phân tích nhân tố và dữ liệu dùng để phân tích nhân tố là hoàn toàn thích hợp.

Nghiên cứu tiến hành phân tích nhân tố khám phá (EFA) đối với tất cả các biến quan sát đo lường các khái niệm về lòng tin, lợi ích, sự tương đồng văn hóa và trách nhiệm xã hội để phân tích theo phương pháp trích nhân tố bao gồm cả việc giải thích được phương sai riêng của nhân tố trích (principal axis factoring) phép quay vuông góc (Varimax). Tất cả các kết quả EFA trong nghiên cứu này đều lấy điểm dừng (eigenvalue) bằng 1 khi trích yếu tố. Khi đó, ma trận xoay nhân tố được thể hiện tại Bảng 3 dưới đây với hệ số tải nhân tố trên 0.5.

Kết quả phân tích nhân tố khám phá cho thấy phương pháp EFA rút ra được 4 nhóm nhân tố tương ứng với 4 khái niệm với tổng phương sai là 83.54 % tại điểm dừng eigenvalue là 1.907 (Bảng 3). Với hệ số tải nhân tố trên 0.5, 01 biến quan sát đo lường cho yếu tố lòng tin, 01 biến đo lường cho yếu tố lợi ích sẽ không tham gia vào mô hình. Đáng chú ý, cả 03 biến quan sát đo lường cho biến trách nhiệm xã hội đều được tải về nhóm biến đo lường về lợi ích. Do đó, biến trách nhiệm từ lợi ích sẽ đại diện cho biến

Bảng 2: Kết quả kiểm định tương quan giữa các biến và điều kiện phân tích nhân tố (KMO and Bartlett's Test)

Hệ số KMO	.869
Kiểm định Bartlett (Bartlett's Test of Sphericity)	1840.084
Df	91
Mức ý nghĩa (Sig).	.000

(Nguồn: Tính toán của nhóm nghiên cứu trên phần mềm SPSS 24)

Kết quả phân tích KMO và Bartlett's Test bằng .869 lớn hơn 0.5, do đó, dữ liệu phân tích là phù hợp. Kết quả này cho thấy các biến quan sát cần thiết để tạo thành một nhân tố và tất cả các biến quan

mới được hình thành từ sự hợp nhất này và phù hợp với các luận giải trước đó, giả thuyết H2.3 về mối quan hệ tích cực giữa biến Lợi ích - trách nhiệm với sự gắn kết của doanh nghiệp với nhà trường. Trong

Ý KIẾN TRAO ĐỔI

Bảng 3: Ma trận xoay nhân tố

Biến quan sát	Các nhóm nhân tố				
	1	2	3	4	5
TRUST1			.789		
TRUST3			.775		
TRUST4			.758		
BEFIT2	.695				
BEFIT3	.701				
BEFIT4	.789				
CSR1	.866				
CSR2	.867				
CSR3	.728				
CULT1		.883			
CULT2		.762			
CULT3		.868			
CULT4		.692			
CULT5		.615			
CULT6		.671			
POCY1				.883	
POCY2				.900	
POCY3				.828	
KMO					.887
Kiểm định Bartlett	Approx. Chi-Square				3045.412
	Sig.				0.000
Tổng phương sai trích	83.54 %				

(Nguồn: Tính toán của nhóm tác giả trên phần mềm SPSS 24)
tất cả các biến quan sát thỏa mãn trong phép xoay nhân tố, nhân tố có trọng số nhỏ nhất là 0.615, và nhân tố có trọng số lớn nhất là 0.90. Do đó, tất cả các biến quan sát này đều được dùng để đo lường trong nghiên cứu chính thức.

4.2. Phân tích hồi quy

Mô hình hồi quy có R2 hiệu chỉnh = 72.1% cho thấy các biến độc lập bao gồm lòng tin, lợi ích trách nhiệm, tương đồng văn hóa và hạn chế rào cản có khả năng giải thích tới 72% các yếu tố ảnh hưởng đến sự gắn kết của doanh nghiệp với nhà trường. Mức độ và chiều hướng ảnh hưởng của từng yếu tố được thể hiện tại Bảng 4. Mô hình báo cáo cũng đảm

bảo không vi phạm về các giả định tự tương quan và đa cộng tuyến. Do đó, các kết quả báo cáo trong phân tích hồi quy là hợp lệ.

Kết quả phân tích hồi quy cung cấp bằng chứng về ảnh hưởng thuận chiều của các yếu tố lòng tin, lợi ích - trách nhiệm, tương đồng văn hóa và chính sách hỗ trợ đối với việc gắn kết với trường đại học tại mức ý nghĩa 5%. Như vậy, các giả thuyết H1, H2.3, H3 và H4 được chấp nhận. Trong đó, lợi ích - trách nhiệm là yếu tố có ảnh hưởng thuận chiều và lớn nhất đến sự gắn kết của doanh nghiệp với nhà trường. Khi lợi ích - trách nhiệm của doanh nghiệp tăng lên 1% làm sự gắn kết tăng lên 0.504 %. Yếu tố này hàm ý sự

Bảng 4: Kết quả phân tích hồi quy các yếu tố ảnh hưởng đến sự gắn kết của doanh nghiệp và trường đại học

Mô hình	N	Hệ số chưa chuẩn hóa		Hệ số chuẩn hóa	t	Sig.	Thống kê đa cộng tuyến	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1								
(Constant)		.072	.215		.336	.737		
BEFIT- CRS	131	.510	.076	.504	6.701	.000	.380	2.629
TRUST	131	.148	.069	.169	2.142	.034	.343	2.913
POCY	131	.100	.040	.125	2.481	.014	.842	1.188
CULT_S	131	.198	.056	.232	3.534	.001	.499	2.005
SIZE	131	.057	.029	.093	1.991	.049	.986	1.014
Adjusted R Square			.721		Durbin-Watson		1.862	

(Nguồn: Tính toán của nhóm tác giả trên phần mềm SPSS 24)

gắn kết trong hợp tác trong mẫu nghiên cứu và bối cảnh nghiên cứu hiện tại đặt vai trò của lợi ích liên quan đến lợi ích từ hoạt động tuyển dụng, nghiên cứu và tham gia sâu hơn trong quá trình hợp tác. Trách nhiệm trong hợp tác cũng xuất phát từ lợi ích trong hợp tác. Do đó, đây là yếu tố cốt lõi đóng vai trò điều hướng mối quan hệ gắn kết giữa doanh nghiệp và trường đại học Sự tương đồng văn hóa, lòng tin và chính sách hỗ trợ cũng có ảnh hưởng tích cực đến mong muốn gắn kết của doanh nghiệp. Hệ số Beta chuẩn hóa của các yếu tố này trong mô hình lần lượt bằng 0.232; 0.169 và 0.125.

Khi kiểm soát ảnh hưởng của yếu tố quy mô doanh nghiệp dựa trên quy mô lao động mà doanh nghiệp hiện đang sử dụng cho thấy vai trò của yếu tố này trong mô hình nghiên cứu. Các doanh nghiệp có quy mô lớn hơn có xu hướng gắn kết và tham gia hợp tác nhiều hơn so với các doanh nghiệp có quy mô nhỏ hoặc siêu nhỏ, trong trường hợp các yếu tố khác không đổi.

Các kết quả phân tích này cho thấy lợi ích về các khía cạnh nguồn nhân lực và vị thế doanh nghiệp có được từ hoạt động hợp tác là yếu tố giúp tăng cường

sự gắn kết của doanh nghiệp với nhà trường. Bên cạnh đó, nghiên cứu cũng cung cấp bằng chứng về trách nhiệm từ lợi ích cho thấy xu hướng thực hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp về bản chất gắn chặt với lợi ích của doanh nghiệp. Như vậy, để tăng cường sự hợp tác đòi hỏi các giá trị lợi ích của doanh nghiệp cũng cần được xem xét một cách thỏa đáng. Yếu tố này xuất phát từ thực tế hiện nay, các doanh nghiệp thực hiện hoạt động hợp tác và gắn kết với doanh nghiệp đã mang tính chủ động hơn nhiều so với trước đây và mang tính hai chiều. Nói cách khác, doanh nghiệp thực sự cần nhà trường và chủ động hợp tác gắn kết với các cơ sở đào tạo để phát triển đội ngũ, phát triển nguồn nhân lực phù hợp với yêu cầu của doanh nghiệp trong bối cảnh hiện nay.

5. Kết luận và một số hàm ý giải pháp

Hợp tác trong hoạt động đào tạo giữa nhà trường và doanh nghiệp là xu hướng không mới trên thế giới. Tuy nhiên, tại Việt nam, hoạt động gắn kết phần lớn vẫn ở mức thấp, đặc biệt trong lĩnh vực kinh tế - xã hội. Nội dung tham gia của các doanh nghiệp chủ yếu mới chỉ dừng lại ở hoạt động tham quan, tiếp nhận thực tập hoặc giới thiệu tuyển dụng

và tham gia tọa đàm, chia sẻ kinh nghiệm. Trong khi đó, các yêu cầu gắn kết ở mức độ cao đòi hỏi các doanh nghiệp và nhà trường có các hoạt động chuyên sâu trong đào tạo tại chỗ, tham gia phát triển chương trình đào tạo, hợp tác trong tuyển dụng và hợp tác trong nghiên cứu, triển khai (R&D) và chuyển giao công nghệ. Tuy nhiên, hoạt động hợp tác và gắn kết cần được xem xét trên cơ sở lợi ích của các bên tham gia. Các lập luận về việc gắn kết của doanh nghiệp đối với cơ sở đào tạo dựa trên việc nhận thức về trách nhiệm xã hội không được xác nhận thông qua bằng chứng thực nghiệm trong kết quả nghiên cứu của chúng tôi. Do đó, đẩy mạnh hợp tác chuyên sâu đòi hỏi các thiết lập về cơ chế lợi ích cụ thể liên quan đến tuyển dụng, đào tạo và quan hệ đối tác trong phát triển nguồn nhân lực cũng như tham gia vào một phần quá trình hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp là cần thiết. Lòng tin, lợi ích và sự tương đồng giữa các bên tham gia đòi hỏi cần có định hướng, kế hoạch hành động và lợi ích mà cả hai phía cần xác định dựa trên một số nội dung chủ yếu như sau:

Về phía doanh nghiệp: Bộ phận nhân sự cần định hướng chiến lược hợp tác với cơ sở đào tạo trên các thỏa thuận chung bao gồm tiếp nhận thực tập, tiếp nhận sinh viên tham gia vào một công đoạn của quy trình sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Chẳng hạn, đối với các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực du lịch, dịch vụ cư trú và lễ hành, các nội dung tổ chức sự kiện, quản trị sự kiện hay quản trị vận hành theo nội dung công việc cụ thể triển khai trong thực tế có thể thiết kế theo các chương trình ngắn hạn dành cho sinh viên năm thứ 3 hoặc năm thứ 4 của chương trình đào tạo cử nhân. Các chương trình tuyển thực tập sinh giúp doanh nghiệp quảng bá hình ảnh, uy tín kinh doanh đối với giới trẻ, đồng thời có được nguồn nhân lực được đào tạo phục vụ hoạt động sản xuất kinh doanh trong các thời điểm

cần nhân sự bổ sung. Bên cạnh đó, doanh nghiệp nên thiết lập ngân quỹ dựa trên các kế hoạch tài chính được thiết lập cụ thể cho hoạt động kết hợp giữa đào tạo - làm việc để đảm bảo tính quy chuẩn cho quy trình làm việc có hỗ trợ trả lương và thúc đẩy hoạt động nghiên cứu phát triển quy trình sản xuất kinh doanh.

Về phía Nhà trường: Cần thiết kế chương trình theo hướng tối ưu hóa hoạt động tiếp nhận của doanh nghiệp. Do đó, đối với khối ngành kinh tế nói chung, lĩnh vực du lịch và khách sạn nói riêng, cần tránh sự phân mảnh của học phần. Không chỉ các nội dung thực tập doanh nghiệp, các học phần thực hành nên được bố trí chuyên biệt. Trong thiết kế mục tiêu chiến lược, cần xác định rõ nội dung hợp tác cụ thể và phạm vi các công việc triển khai với các bên liên quan dựa trên lợi ích của hai bên. Làm rõ các cam kết từ phía nhà trường liên quan đến thời lượng, tiến độ học tập kết hợp thực tế cũng như khả năng đáp ứng các yêu cầu từ phía đối tác hợp tác cũng như các yêu cầu về chất lượng của các hoạt động hợp tác cụ thể nhằm nâng cao chất lượng của hoạt động đào tạo.

Mặc dù mối quan hệ tích cực của yếu tố trách nhiệm xã hội đến sự hợp tác đã được xác nhận trong nghiên cứu của Khoa và Mai Anh (2021) trong cùng lĩnh vực và bối cảnh nghiên cứu. Song tác giả chưa tìm thấy bằng chứng rõ ràng có ý nghĩa thống kê để xác nhận mối quan hệ này một cách độc lập. Thay vào đó, nghiên cứu cung cấp bằng chứng về mối quan hệ giữa lợi ích tích từ trách nhiệm đến sự gắn kết của doanh nghiệp trên cả 3 cấp độ của hợp tác bao gồm hợp tác trong đào tạo, trong nghiên cứu triển khai và hợp tác chuyên sâu được kiểm tra đồng thời. Vấn đề này cũng cho thấy, cơ chế tác động của yếu tố trách nhiệm xã hội đến mối quan hệ gắn kết giữa doanh nghiệp và nhà trường cần phải tiếp tục nghiên cứu để làm rõ cách thức hay bối cảnh cụ thể mà yếu

tổ này vận hành theo một cơ chế độc lập đến sự hợp tác ở cấp độ gắn kết. Mặc dù, nghiên cứu đã xem xét việc gắn kết ở mức độ tổng hợp bao gồm các khía cạnh khác nhau về đào tạo, nghiên cứu triển khai và hợp tác chuyên sâu, việc phân định giữa các cấp độ khác nhau của hợp tác dựa trên việc kiểm soát đầy đủ các ngành và lĩnh vực hoạt động của doanh nghiệp vẫn chưa được kiểm tra một cách toàn diện. Những hạn chế này cũng là định hướng cho các nghiên cứu tiếp theo trong lĩnh vực này. ♦

Tài liệu tham khảo:

1. Azagra-Caro, J.M., et al. (2006). Faculty support for the objectives of university-industry relations versus degree of R&D cooperation: The importance of regional absorptive capacity, *Research Policy*, Vol. 35, No. 1, pp. 37-55.
2. Brimble. P and Doner. R.F (2007). University-Industry Linkages and Economic Development: The Case of Thailand, *World Development*, Vol. 35, No. 6, pp. 1021-1036.
3. Currall, St. and Judge, T.A. (1995). Measuring Trust between Organizational Boundary Role Persons, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 64, 151-170.
4. Cyert, R.M. and P.S. Goodman (1997) Creating effective university-industry alliances: An organizational learning perspective, *Organizational Dynamics*, Vol. 25, No. 4, pp. 45-57.
5. Faems, D., B. Van Looy, and K. Debackere (2005). Interorganizational collaboration and innovation: Toward a portfolio approach, *Journal of Product Innovation Management*, Vol. 22, No. 3, pp. 238-250.
6. Jones, G.R và George, J.M (1998). The Experience and Evolution of Trust: Implications for

Cooperation and Teamwork. *Academy of Management Review* Vol. 23, No. 3, pp. 551- 546.

7. George, G., S.A. Zahra, and D.R. Wood (2002) The effects of business-university alliances on innovative output and financial performance: a study of publicly traded biotechnology companies, *Journal of Business Venturing*, Vol. 17, No. 6, pp. 577-609.
8. Hall, B.H., A.N. Link, and J.T. Scott (2003) Universities as research partners, *The Review of Economics and Statistics*, Vol. 85, No. 2, pp. 485-491.
9. Husted, BW (2003). Governance choices for corporate social responsibility: to contribute, collaborate or internalize ?, *Long Range Planning*, Vol 36 (2003) 481-498.
10. Hurmelinna, P. (2004). Motivations and Barriers Related to University-Industry Collaboration - Appropriability and the Principle for Publicity, *Seminar on Innovation*, UC Berkeley.
11. Khoa, V.Đ và Mai Anh, N.T (2021). Niềm tin, nhận thức trách nhiệm xã hội trong mối quan hệ giữa doanh nghiệp với cơ sở đào tạo nhằm tạo cơ hội việc làm cho sinh viên tốt nghiệp. *Tạp chí Khoa học & Công nghệ*, P-ISSN 1859 -3585/E-ISSN 2615-9619, No.57.
12. Kodama, F và Suzuki, J. (2007). How Japanese Companies have used Scientific Advances to Restructure their Businesses: The Receiver-Active National System of Innovation. *World Development*, Vol. 35, No. 6, pp. 976 -990.
13. Lau, H. C., & Idris, M. A. (2001). Research and concepts: The soft foundation of the critical success factors on TQM implementation in Malaysia. *The TQM Magazine*, 13(1), 51- 60.
14. Meyer-Krahmer, F. and U. Schmoch (1998). Science-based technologies: Universityindustry interactions in four fields, *Research Policy*, Vol. 27, No. 8, pp. 835-851.

15. Moller, K., và Svahn, S. (2004). Crossing East-West boundaries: Knowledge sharing in intercultural business networks. *Industrial Marketing Management*. Vol 33, No 3, Pages 219-228.

16. Rosenberg, N. and R.R. Nelson (1994). American universities and technical advance in industry, *Research Policy*, Vol. 23, No. 3, pp. 323.

17. Rohrbeck, R. và Arnold, H.M (2006). Making university-industry collaboration work – a case study on the Deutsche Telekom Laboratories contrasted with findings in literature. *Electronic Journal*, July 2006.

18. Shahzad, F., Luqman, R. A., Khan, A. R., & Shabbir, L. (2012). Impact of organizational culture on organizational performance: An overview. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 3(9), 975-985.

19. Soh, P.-H. and E.B. Roberts (2005) Technology Alliances and Networks: An External Link to Research Capability, *IEEE Transactions on Engineering Management*, Vol. 52, No. 4, pp. 419-428.

20. Zhang, X., & Li, B. (2013). Organizational Culture and Employee Satisfaction: An Exploratory Study, *International Journal of Trade, Economics and Finance*, Vol 4, No 1, pp. 48- 54.

21. Siegel, D.S., et al. (2003). Commercial knowledge transfers from universities to firms: Improving the effectiveness of university-industry collaboration, *Journal of High Technology Management Research*, Vol. 14, No. 1, pp. 111-133.

22. Toàn, Đ.T.T (2018). Liên kết trường đại học và doanh nghiệp - phương thức nâng cao chất lượng đào tạo, *Tạp chí Giáo dục*, Số 432 (Kì 2 - 6/2018), tr 34-38.

23. Toàn, Đ.V (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, Vol 32, No 4.

24. Van Dierdonck, R. and K. Debackere (1988). Academic Entrepreneurship at Belgian Universities, *R & D Management*, Vol. 18, No. 4, pp. 341.

Summary

Cooperation at the organizational level between universities and enterprises is the current trend. Aiming at the benefits of both parties and linking training activities with practice. The study used the sample includes 131 obvious to comprehensive examination of levels of cooperation in training, research and development, and in-depth cooperation representing the connection between schools and businesses,. From the side of enterprises, which currently have a cooperative relationship with Hanoi University of Industry, the study confirms the positive and consistent influence of the factors of benefit - responsibility, cultural similarity, trust, and support policy. Firm size is also controlled in the research model. Based on the results of the regression analysis, some implications and future research directions are discussed.