

Kinh tế và Dự báo



Economy
Forecast
Review

06/2019
Số 18

CƠ QUAN NGÔN LUẬN CỦA BỘ KẾ HOẠCH VÀ ĐẦU TƯ

ISSN 0866-7120

Chuyển dịch cơ cấu ngành kinh tế
vùng đồng bằng sông Cửu Long
trong điều kiện biến đổi khí hậu



Ảnh: Toàn cảnh cây cầu dây văng dài nhất vùng Đồng bằng Sông Cửu Long

Kinh tế và Dự báo

ECONOMY AND FORECAST REVIEW

MỤC LỤC

CƠ QUAN NGÔN LUẬN CỦA BỘ KẾ HOẠCH VÀ ĐẦU TƯ

Tổng Biên tập

PGS, TS. LÊ XUÂN ĐÌNH

Phó Tổng Biên tập

ĐỖ THỊ PHƯƠNG LAN

NGUYỄN LÊ THỦY

Hội đồng Biên tập

TS. CAO VIẾT SINH

PGS, TS. LÊ QUỐC LÝ

PGS, TS. BÙI TẮT THẮNG

TS. NGUYỄN ĐÌNH CUNG

PGS, TS. NGUYỄN HỒNG SƠN

GS, TS. TRẦN THỌ ĐẠT

PGS, TS. TRẦN ĐÌNH THIÊN

PGS, TS. NGUYỄN ĐÌNH THỌ

PGS, TS. NGUYỄN TIẾN DŨNG

TS. VƯƠNG QUÂN HOÀNG

Tòa soạn và trị sự

65 Văn Miếu - Đống Đa - Hà Nội

Tel: 080.43174 / 080.44474

Fax: 024.3747.3357

Email: kinhtedubao@mpi.gov.vn

Tạp chí điện tử

<http://kinhtevadubao.vn>

Chi nhánh phía Nam

289 Điện Biên Phủ,

Quận 3 - TP. Hồ Chí Minh

Tel/Fax: 028 3933 0669

Quảng cáo và phát hành

Tại tòa soạn: 080.48310 / 0905 646 814

Qua mạng lưới Bưu điện Việt Nam

Giấy phép xuất bản: 115/GP-BTTTT

In tại: Công ty CP in Công đoàn Việt Nam

Vũ Hoàng Ngân, Hoàng Thị Huệ, Nguyễn Thị Hải Hạnh: Chuyển dịch cơ cấu ngành kinh tế vùng Đồng bằng sông Cửu Long trong điều kiện biến đổi khí hậu.....	3
Phạm Ngọc Khanh: Đánh giá chất lượng tăng trưởng vùng Kinh tế Trọng điểm phía Nam: Cách tiếp cận năng suất nhân tố tổng hợp.....	10
Bùi Cẩm Phượng: Nghiên cứu áp dụng khung sinh kế nhằm phát triển bền vững du lịch cộng đồng.....	15
Bùi Nguyên Khá, Trần Thị Thanh Phượng: Bàn luận chỉ số giá trên thu nhập về định giá doanh nghiệp.....	19
Nguyễn Dung Tuấn: Vốn nhân lực và kết quả kinh doanh của doanh nghiệp Việt Nam..	23
Huỳnh Tấn Khương: Ứng dụng công cụ mentoring trong hoạt động đào tạo tại các trường đại học.....	27
Chu Thị Thu: Đánh giá tác động kinh tế - xã hội dự án Vườn Thực vật Quốc gia - Núi Luót, Trường Đại học Lâm nghiệp.....	31
Nguyễn Thị Hải Ninh, Vũ Thị Minh Ngọc, Nguyễn Như Bằng, Chu Thị Hồng Phượng, Trần Đức Anh: Giải pháp phát triển lâm sản ngoài gỗ tỉnh Hà Tĩnh.....	36
Lưu Mỹ Linh, Nguyễn Ngọc Đạt: Các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi xem các chiến dịch truyền thông trên mạng xã hội của người dùng tại Việt Nam.....	40
Trần Quốc Thống: Các nhân tố ảnh hưởng đến hành vi mua sắm trực tuyến của người tiêu dùng Việt Nam: Vai trò trung gian của niềm tin.....	44
Nguyễn Phước Hoàng: Xây dựng mô hình và giả thuyết nghiên cứu phát triển du lịch sinh thái bền vững tại tỉnh Cà Mau.....	49
Phượng Thị Ngọc Mai: Các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định tham gia tổ chức du lịch cộng đồng của người dân tại TP. Đà Lạt.....	53
Phạm Công Toàn, Nguyễn Thị Gấm, Lương Thị A Lúa: Thực trạng vai trò của phụ nữ dân tộc Tày ở huyện Na Rì, tỉnh Bắc Kạn trong hoạt động sản xuất của hộ.....	57
Phạm Thị Duy Phượng: Các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách đến đảo Bình Ba, tỉnh Khánh Hòa.....	62
Lê Hoài An, Nguyễn Văn Ngọc Hải, Nguyễn Ngọc Trân: Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn điểm đến Khu Du lịch sinh thái Xẻo Quýt - tỉnh Đồng Tháp của du khách nội địa.....	66
Nguyễn Văn Trị: Giải pháp phát triển đội ngũ giảng viên của Trường Đại học Nội vụ Hà Nội trong bối cảnh Cách mạng Công nghiệp 4.0.....	70
Đặng Nguyên Bảo: Những yếu tố quyết định trong đòn bẩy tài chính của các công ty có tỷ lệ nợ cao - Nghiên cứu thực nghiệm tại Việt Nam.....	74
Phạm Thị Bích Duyên, Phạm Thị Kiều Khanh: Các nhân tố ảnh hưởng đến khả năng sinh lời của các ngân hàng thương mại Việt Nam.....	78
Phạm Thu Hằng: Đánh giá tác động của tăng trưởng việc làm theo ngành đến giảm nghèo ở Việt Nam trong giai đoạn 2010-2016.....	83
Trần Trí Cường: Các nhân tố ảnh hưởng đến khả năng tiếp cận vốn vay ngân hàng của doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ tại tỉnh Trà Vinh.....	87
Lê Thu Hạnh: Xây dựng mô hình lý thuyết các nhân tố ảnh hưởng đến động lực làm việc của nhân viên các ngân hàng thương mại.....	91
Vũ Đức Bảo, Đào Thị Phượng Liên: Hạn chế trong đa dạng hóa nguồn lực tài chính cho phát triển kết cấu hạ tầng giao thông TP. Hà Nội.....	95
Võ Thị Thu Diệu: Các nhân tố ảnh hưởng đến văn hóa doanh nghiệp tại các NHTM cổ phần có chi nhánh tại Quảng Ngãi.....	99
Uông Thị Nga, Nguyễn Thị Mai: Nghiên cứu sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ kiểm định của Trung tâm Đăng kiểm Xe cơ giới Thanh Hóa 3601S.....	104

Ứng dụng công cụ mentoring trong hoạt động đào tạo tại các trường đại học

HUYỀN TẤN KHƯƠNG*

Tóm tắt

Cổ vấn là một quá trình tự nhiên để chia sẻ và chuyển kiến thức từ người có kinh nghiệm sang người ít kinh nghiệm hơn. Đó là một quá trình nuôi dưỡng và đôi khi được hiểu là sự hợp tác cùng nhau phát triển. Kết hợp khái niệm cổ vấn vào giáo dục trong bối cảnh đào tạo đáp ứng nhu cầu thị trường sẽ rất hữu ích và có lợi cho tất cả các bên. Giáo dục luôn trong tình trạng tiến hóa, lợi ích của chương trình cổ vấn bao gồm cả cơ hội học hỏi tương tác cho tất cả các bên. Nội dung bài viết khai thác một số khía cạnh và lợi ích của việc vận dụng công cụ mentoring trong công tác đào tạo; quá trình xây dựng chương trình cổ vấn, cũng như phân tích vai trò, trách nhiệm của các bên trong chương trình cổ vấn.

Từ khóa: cổ vấn, đào tạo, trường đại học, mentoring

Summary

Mentoring is a natural process in which knowledge is shared and transferred from experienced people to junior ones. This nurturing process is sometimes considered as a partnership for mutual development. It is very helpful and beneficial for all parties to integrate the concept of mentoring into education in the context of market-driven training. While education is always dynamic, mentoring programs will provide interactive learning opportunities for all stakeholders. This article explores some aspects and benefits of using mentoring tools in training, the mentoring programs development process as well as analyzes the roles and responsibilities of stakeholders in the mentoring programs.

Keywords: mentoring, training, university

GIỚI THIỆU

Trong bối cảnh hiện nay, các trường đại học cần vận dụng việc đổi mới sáng tạo trong các khâu của quá trình đào tạo. Trong đó, phải kể đến vai trò giảng viên trong thế kỷ XXI trở nên phức tạp ở một thế giới thay đổi nhanh chóng, nơi mà tri thức hầu như vô tận và giảng viên phải quan tâm đến từng người, nhu cầu họ rất khác nhau trong lớp học không đồng nhất (Thế Đan, 2018). Vì thế, một giảng viên ngoài vai trò giảng dạy, truyền đạt kiến thức chuyên môn, họ còn có nhiệm vụ tạo môi trường học tập, tạo điều kiện để sinh viên có cơ hội học theo phương pháp tích cực và sáng tạo.

Cuộc Cách mạng Công nghệ 4.0 sẽ đem lại nhiều phương tiện, công cụ, các hệ thống để hỗ trợ giảng viên, cũng như

cả ngành giáo dục đổi mới phương pháp giảng dạy hiện tại, nâng cao chất lượng, hiệu quả đào tạo. Trong bối cảnh đó, giảng viên sẽ là người gợi mở và định hướng nhiều hơn là truyền đạt kiến thức. Vì vậy, giảng viên sẽ phải học sử dụng nhiều phần mềm, công cụ mới để thể hiện nội dung giảng dạy, một công cụ đã và đang được các tổ chức kinh tế áp dụng đem lại hiệu quả rất cao đó là công cụ “Mentoring”.

CƠ SỞ LÝ THUYẾT VỀ MENTORING

Khái niệm

Mentoring là quá trình nuôi dưỡng, trong đó một người có tay nghề cao hơn thực hiện nhiệm vụ vai trò là người hướng dẫn, giảng dạy, tài trợ, khuyến khích đưa ra lời khuyên đối với người ít kinh nghiệm hoặc ít tay nghề hơn với mục đích thúc đẩy phát triển nghề cho họ sau này (Anderson và cộng sự, 1993).

Mentor có thể được hiểu là cách kết nối có chủ ý giữa một người có nhiều kinh nghiệm với một người

* ThS., Trường Đại học Trà Vinh

Ngày nhận bài: 13/05/2019; Ngày phân biện: 10/06/2019; Ngày duyệt đăng: 19/06/2019

có ít kinh nghiệm hơn nhằm mục đích hỗ trợ người còn ít kinh nghiệm có thể phát triển và hoàn thiện những năng lực cụ thể của mình.

Mentee là những người đi sau, họ chưa có nhiều trải nghiệm. Họ mới dấn thân vào con đường kinh doanh. Họ là những nhà khởi nghiệp, lãnh đạo doanh nghiệp trẻ (Phan Đình Tuấn Anh, 2016).

Các mô hình mentoring trong kinh doanh

Hiện nay, các quốc gia đang áp dụng 5 mô hình mentoring trong kinh doanh. Dựa vào đặc điểm của ngành nghề, lĩnh vực, động cơ, các tổ chức khác nhau có thể theo đuổi những mô hình mentoring khác nhau.

Mô hình mentoring 1:1: Là một loại hình phổ biến nhất, theo đó, một mentor sẽ được ghép cặp với một mentee. Đây cũng là loại hình được ưa thích hơn cả vì nó giúp cả hai bên cùng trưởng thành và phát triển mối quan hệ cá nhân, cho phép hỗ trợ những người được cố vấn phát triển cá nhân tốt dựa trên sự hỗ trợ cá nhân của mentor. Điểm hạn chế nhất của mô hình này chính là số lượng có hạn những mentor có khả năng cam kết cao, và hỗ trợ mentee tối đa. Mô hình này áp dụng phổ biến trong môi trường kinh doanh.

Mô hình mentoring dựa trên nguồn lực: Là mô hình dựa trên nguồn lực được hình thành dựa trên mô hình mentoring 1:1. Sự khác biệt duy nhất là mentor và mentee không được phỏng vấn và ghép cặp bởi một người quản lý chương trình mentoring. Thay vào đó, các mentor đồng ý đưa tên tuổi mình vào danh sách những mentor thuộc chương trình và mentee có thể tự lựa chọn. Mentee sẽ là người tự nguyện lựa chọn, tự quyết định và đề xuất lộ trình bằng cách đề nghị mentor tự nguyện giúp đỡ. Mô hình này mục tiêu chính là huy động nguồn lực tự nguyện của các mentor và mentee có thể khai thác nguồn lực đó bằng cách chủ động liên hệ và xin hỗ trợ của mentor.

Mô hình mentoring theo nhóm: Là mô hình đòi hỏi một mentor phải làm việc với từ 4-6 mentee một lúc. Người quản lý ấn định các cuộc gặp diễn ra 1-2 lần/tháng và để thảo luận về các chủ đề khác nhau. Kết hợp giữa cố vấn từ những người có kiến thức chuyên môn với việc học cùng lúc, từ những bạn bè trong nhóm, người mentor và các thành viên trong nhóm hỗ trợ lẫn nhau để học và phát triển những kỹ năng, kiến thức cần thiết. Điểm khó của mô hình mentoring này chính là việc duy trì cuộc gặp gỡ thường xuyên cho cả nhóm. Mentoring theo nhóm cũng khó giúp xây dựng quan hệ cá nhân.

Mô hình mentoring dựa trên đào tạo: Là mô hình gắn bó trực tiếp với một chương trình đào tạo. Một mentor sẽ được giao làm việc với một mentee và trực tiếp giúp mentee này phát triển một kỹ năng nghề nghiệp cụ thể được dạy trong chương trình. Mentoring dựa trên đào tạo là mô hình ít được áp dụng vì nó tập trung vào một môn học cụ thể và không giúp mentee phát triển được toàn diện kỹ năng. Tuy nhiên, trong một số trường hợp,

Mô hình mentoring cho cấp quản lý/điều hành: Là mô hình mang tính “áp đặt” từ trên xuống, nhưng đây lại

là cách hiệu quả nhất để xây dựng và nuôi dưỡng một văn hóa mentoring trong một tổ chức. Nó cũng giúp phát triển kỹ năng và kiến thức về mentoring trong một tổ chức nhanh nhất. Mô hình này vô cùng hấp dẫn với các tổ chức đang muốn xây dựng một văn hóa tương trợ trong doanh nghiệp và giữ chân người giỏi, giúp hạn chế chảy máu chất xám ra bên ngoài. Theo đó, mọi nhân viên/quản lý/điều hành trong tổ chức có thể tìm đến một mentor ở cấp cao hơn, không nhất thiết cùng phòng ban, để xây dựng mối quan hệ và học hỏi từ người đó. Mô hình này cũng phù hợp với các tổ chức, doanh nghiệp quy mô lớn nhỏ. Tuy nhiên, thất bại của mô hình trong các tổ chức cũng có thể là do sự áp đặt chủ quan của người quản lý thiếu hiểu biết và trải nghiệm về mentoring.

THỰC TRẠNG VẬN DỤNG CÔNG CỤ MENTORING TẠI VIỆT NAM

Một cộng đồng yếu là một cộng đồng không có sự tương trợ và học hỏi lẫn nhau. Mentoring chính là một văn hóa giúp phát triển một cộng đồng có tính tương trợ cao, học hỏi lẫn nhau và sẵn sàng chia sẻ. Kinh doanh không chỉ có cạnh tranh mà trên thực tế, sự học hỏi, tương trợ lẫn nhau luôn là điều cần thiết. Mentoring được hiểu là mối quan hệ giữa một người nhiều kinh nghiệm (mentor) hỗ trợ một người ít kinh nghiệm hơn (mentee) nhằm phát triển bản thân, đạt được mục tiêu hoặc hoàn thiện những kỹ năng trong cuộc sống. Hơn cả, mentoring là một mối quan hệ đặc biệt, tự nguyện giữa hai bên và phi lợi nhuận. Năm bắt được thế mạnh đó, các tổ chức, doanh nghiệp và hội đoàn đã và đang vận dụng công cụ mentoring ở nhiều lĩnh vực khác nhau, trong đó phải kể đến là:

(i) Đầu tiên, Đại học Trực tuyến FUNiX là một đơn vị thành viên trong khối Giáo dục FPT (FPT Education), chính thức công bố ngày 13/10/2015 và khai giảng khóa đầu tiên ngày 20/11/2015. FUNiX là nơi đầu tiên đưa khái niệm Mentor vào thực tế ở Việt Nam. Trải qua hơn 3 năm hoạt động, FUNiX đã xây dựng đội ngũ hơn 600 Mentor là những chuyên gia, kỹ sư nhiều kinh nghiệm trong lĩnh vực công nghệ, đây là giá trị cốt lõi của “FuNix Way”. FUNiX đang áp dụng mô hình mentoring 1:1, khi đó mỗi sinh viên (mentee) được kết nối 1:1 với Mentor (chuyên gia trong

ngành). Thông qua hoạt động mentoring, học viên được cọ sát vào thực tế để giải quyết những bài toán doanh nghiệp, ứng dụng sản phẩm của bản thân và tiếp cận môi trường làm việc. Gần đây, FUNiX đang và sẽ mở rộng phạm vi đào tạo ra các ngành khác, như: kinh tế, kiến trúc, âm nhạc thông qua mô hình hợp tác với các trường đại học, các tổ chức giáo dục ở Việt Nam và trên thế giới.

(ii) Mô hình mentoring theo nhóm được Trường Đại học Kinh tế - Luật TP. Hồ Chí Minh (UEL) ứng dụng vào công tác tuyển sinh của nhà Trường. Trong chương trình này, Nhà trường đã xác định và phân định rõ mentee là các bạn học sinh có sự quan tâm, mong muốn được học tập tại UEL trong tương lai. Các mentee (học sinh các trường trung học phổ thông) sẽ được cung cấp thông tin về trường, cách thức tuyển sinh. Đồng thời, cũng được nhận tư vấn về phương pháp học hành, kỹ năng trước khi thi, định hướng nghề nghiệp hay các vấn đề trong đời sống tâm lý, tình cảm. Mentor (giảng viên, cựu sinh viên UEL) người sẽ đồng hành cùng một "Mentee" trong suốt một chặng đường "Tư vấn tuyển sinh". Chính những cố vấn sẽ có trách nhiệm giám sát và tư vấn, đồng thời chia sẻ những kinh nghiệm của mình và đưa ra những lời khuyên hữu ích cho "Mentee". Dựa trên các thông tin có được các "Mentee" hiểu hơn về ngôi trường UEL và tìm ra ngành học của mình.

(iii) Về khía cạnh xây dựng và phát triển doanh nghiệp, nghiên cứu của Make (2017) chỉ ra rằng, có một mentor tốt là nhân tố chính để gia tăng mức độ gắn kết với công ty đối với thế hệ Y (còn gọi là Millennials - những người sinh ra trong giai đoạn từ đầu thập niên 1980 đến đầu thập niên 2000). Thế hệ Y, có xu hướng ở lại doanh nghiệp dài hơn 5 năm gấp đôi, nếu họ có một mentor (68%) so với nhóm không có mentor (32%). Nếu không phát triển văn hóa mentoring, các doanh nghiệp có nguy cơ mất người giỏi. Đó cũng là một trong những lý do khiến bản thân các lãnh đạo, quản lý doanh nghiệp nên trở thành mentor, để từ đó phát triển văn hóa mentoring trong tổ chức của mình. Chính vì vậy, việc xây dựng một văn hóa doanh nghiệp có những lợi ích là: (1) Là một bằng chứng với người lao động rằng công ty thực sự quan tâm đến họ, đến sự phát triển và lắng nghe câu hỏi của họ; (2) Tạo sự gắn

kết của người lao động với doanh nghiệp; (3) Nâng cao sự hài lòng của người lao động với doanh nghiệp. Hơn hết, mentoring có thể là cách tiết kiệm nhất để giúp công ty gia tăng sự hài lòng của các nhân viên. Trên thực tế, mentoring chính là hoạt động giúp gia tăng kỹ năng và tầm ảnh hưởng của người lãnh đạo cao nhất.

Tại Việt Nam, văn hóa mentoring dần phát triển tại các doanh nghiệp, như: Công ty cổ phần Sài Gòn Food, Ngân hàng An Bình. Gần đây, đã ra đời Câu lạc bộ Mentoring của Hội đồng Tư vấn và Hỗ trợ khởi nghiệp Quốc gia - phía Nam, với mong muốn hỗ trợ và nâng cao kiến thức, khả năng lãnh đạo của các Startup, cũng như các nhà quản lý doanh nghiệp của các công ty thành viên Hội đồng. Câu lạc bộ Mentoring hứa hẹn sẽ tạo ra một hệ sinh thái Mentoring trong thời gian tới.

XÂY DỰNG QUY TRÌNH TRIỂN CHƯƠNG TRÌNH CỐ VẤN

Phát triển chương trình cố vấn

Bước 1: Giới thiệu tổng quan về chương trình cố vấn

Chương trình đề xuất sẽ cung cấp cho người cố vấn và người được cố vấn có cơ hội phát triển và phát triển nghề nghiệp thông qua hỗ trợ của các chuyên gia, người có nhiều kinh nghiệm. Những người tham gia sẽ xác định vai trò và mô tả các mục tiêu và hoạt động trong kế hoạch chương trình cố vấn chung. Việc lập kế hoạch sẽ tập trung vào các vấn đề và xác định nhu cầu, bao gồm: triển khai chương trình đến sinh viên, xác định mô hình mentoring, xây dựng những quy định trong chương trình, tìm kiếm những mentor, định hướng cho các mentor, mentee về kỳ vọng của chương trình, kết nối và thực hiện việc giám sát hỗ trợ và điều hành.

Bước 2: Xây dựng mục tiêu

Mục tiêu là kết quả mong muốn mà một người hoặc tổ chức hình dung, kế hoạch và cam kết. Mục tiêu của một chương trình cố vấn là giúp người cố vấn cải thiện kỹ năng và nhận ra tiềm năng của họ thông qua sự hướng dẫn, hỗ trợ và hiểu biết về người cố vấn. Người cố vấn chia sẻ kinh nghiệm, kiến thức và trí tuệ của họ.

Bước 3: Thực hiện

Khi đánh giá sự sẵn sàng chấp nhận chương trình cố vấn của một tổ chức, các nhà lãnh đạo của tổ chức cần thực sự cam kết nỗ lực và dành sự quan tâm cần thiết cho tất cả các yếu tố của chương trình. Một tổ chức xác định sự sẵn sàng của nó thực hiện các nhiệm vụ thiết yếu để bắt đầu quá trình hoạch định chiến lược.

Bước 4: Tầm nhìn

Một tuyên bố tầm nhìn xác định những gì một tổ chức hoặc doanh nghiệp sẽ làm và tại sao nó sẽ tồn tại trong tương lai gần. Tầm nhìn xác định các mục tiêu sẽ được hoàn thành trước một ngày định sẵn. Một tuyên bố tầm nhìn có tính đến tình trạng hiện tại của tổ chức và chỉ ra tổ chức theo hướng, mà nó muốn đi. Mỗi cộng đồng sẽ muốn phát triển một tuyên bố tầm nhìn cho chương trình cố vấn của họ. Tuyên bố tầm nhìn phải truyền cảm hứng và thúc đẩy nhân viên, thấm nhuần sự tự tin và nói lên một tầm nhìn chung về tương lai. Hay

nói khác hơn, bạn muốn tổ chức của mình ở đâu trong mười năm nữa?

Bước 5: Tuyển dụng, tuyển chọn và quy trình kết hợp

Một bước đầu tiên quan trọng trong việc thiết lập một chương trình cố vấn là chọn người cố vấn (mentor) và kết hợp họ với người được cố vấn (mentee). Lãnh đạo tổ chức (Trưởng khoa) cần tham gia vì họ có cái nhìn sâu sắc về chuyên môn và kiến thức của giảng viên. Mỗi cố vấn cần có sự chấp thuận của người đứng đầu.

Trách nhiệm và vai trò của các thành phần trong chương trình cố vấn

Trưởng khoa

Trưởng khoa có trách nhiệm phê duyệt và xem xét các kế hoạch tăng trưởng chuyên nghiệp cá nhân cho tất cả nhân viên và để đánh giá giảng viên. Trách nhiệm của họ, bao gồm: (1) Thúc đẩy kế hoạch tăng trưởng cho người cố vấn và người được cố vấn; (2) Cung cấp thời gian kết nối chung cho những người tham gia; (3) Tuyển dụng cố vấn đáp ứng các tiêu chí đã xác định; (4) Sắp xếp nơi gặp gỡ, khung thời gian để người cố vấn và người được cố vấn tham gia vào các phiên của chương trình.

Người cố vấn

Người cố vấn chịu trách nhiệm: (1) Khuyến khích, hỗ trợ và động viên người được cố vấn tham gia hòa nhập môi trường học tập; (2) Chuẩn bị và thực hiện cam kết hợp tác với chương trình cố vấn; (3) Duy trì mối quan hệ với người được cố vấn phù hợp với quy tắc ứng xử chuyên nghiệp thể hiện các thực tiễn tốt nhất và chiến lược học tập hiệu quả; (4) Quan sát và cung cấp thông tin phản hồi cho người được cố vấn; (5) Hỗ trợ người được cố vấn trong việc xác định thế mạnh cá nhân, sử dụng các nguồn lực và chương trình học tập, lập kế hoạch mục tiêu cuộc đời; và (6) Đảm bảo sự tin cậy và bảo mật được tôn trọng trong mối quan hệ cố vấn.

Người được cố vấn (Mentee) chịu trách nhiệm: chuẩn bị và thực hiện cam kết hợp tác với chương trình cố vấn; thiết lập niềm tin và tôn trọng tính bảo mật trong

mối quan hệ cố vấn; duy trì mối quan hệ với người cố vấn phù hợp với quy tắc ứng xử chuyên nghiệp thể hiện các thực tiễn tốt nhất và chiến lược học tập hiệu quả.

Giám sát viên (vệ tinh) có trách nhiệm thúc đẩy chương trình cố vấn và hỗ trợ tất cả những người tham gia. Cung cấp tài nguyên, tài trợ, khung thời gian gặp gỡ, thời gian báo cáo và cơ hội để thực hiện chương trình.

Tính hiệu quả

Ngay từ ngày đầu nhập học, người học đã có cơ hội học tập, giao tiếp với chuyên gia, những người đi trước trong ngành, tiếp cận với nhà tuyển dụng để hiểu nhu cầu, cũng như xu hướng yêu cầu nhân sự đối với ngành mình học.

KẾT LUẬN

Với những ưu thế của mình, cộng cụ mentoring đang trở thành xu hướng trong đào tạo tại các trường đại học và các tổ chức tại Việt Nam. Để các bên cùng tham gia mối quan hệ này, cả người cố vấn và người được cố vấn cần thật sự nhận thức được khi trở thành cố vấn hay người được cố vấn là có ích cho mình. Trong cùng một mối quan hệ, mentoring khác với mối quan hệ, như: huấn luyện, đào tạo, mà mentoring là mối quan hệ lâu dài và dựa trên nền tảng tôn trọng, chia sẻ và tự nguyện của cả hai phía để cùng phát triển. Đào tạo dựa trên mô hình mentoring là một trong những hình thức đào tạo gắn với yếu tố thực tế, tiếp cận kiến thức, kinh nghiệm, cũng như sự hỗ trợ từ các chuyên gia cũng lĩnh vực. □

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Phan Đình Tuấn Anh (2016). "Mentor" và "Mentee" - đơn giản chúng ta cần nhau, truy cập từ <https://www.thesaigontimes.vn/142578/mentor-va-mentee-%E2%80%93don-gian-chung-ta-can-nhau.html>
2. Nguyễn Chương (2018). *Mentor góp phần định hướng, hỗ trợ sinh viên học trực tuyến*, truy cập từ <https://vnexpress.net/giao-duc/mentor-gop-phan-dinh-huong-ho-tro-sinh-vien-hoc-truc-tuyen-3805280.html>
3. Thế Đan (2018). *Vai trò của giáo viên thay đổi thế nào trong thời đại cách mạng 4.0*, Ban quản lý chương trình ETEP, truy cập từ <http://etep.moet.gov.vn/tintuc/chitiet?Id=793>
4. Anderson, R H and Snyder, K J (eds) (1993). *Clinical Supervision: Coaching for High Performance*, Technomic, Lancaster, PA
5. Management Mentors (2013). *The Difference between Coaching and Mentoring*, access to <http://www.management-mentors.com/resources/coaching-mentoring-differences/>
6. Make (2017). *The Year To Get Serious About Mentoring*, access to www.forbes.com/sites/meghanbiro/2017/01/27/make-2017-the-year-to-get-serious-about-mentoring/#79087b9bcea4
7. The Global Human Capital Report (2017). *Preparing people for the future of work*