

HƯỚNG TỚI MÔ HÌNH ĐẠI HỌC DOANH NGHIỆP

TS Trần Văn Tùng

Trường Đại học Khoa học xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Hà Nội

Áp lực thôi thúc các trường đại học chuyển sang mô hình đại học doanh nghiệp là do ngân sách của chính phủ ngày càng hạn hẹp, công nghệ luôn đổi mới, thị trường lao động đòi hỏi nguồn nhân lực chất lượng cao tham gia vào thị trường cạnh tranh, giá trị của trường đại học được thừa nhận nhờ có các đóng góp cho cộng đồng và tham gia vào chuỗi cung ứng giá trị toàn cầu. Sự chuyển đổi này là cách thức đáp ứng yêu cầu của thực tế và có tính tất yếu. Việc chuyển đổi mô hình đại học truyền thống sang mô hình đại học doanh nghiệp đang trở thành một trào lưu trên thế giới, đặc biệt là tại các nước công nghiệp phát triển, bởi lẽ, các trường đại học đó hoạt động hiệu quả và có tác động tích cực tới phát triển kinh tế - xã hội.

Trường đại học trong hoàn cảnh cạnh tranh như là doanh nghiệp

Trong bối cảnh hiện nay của các nền kinh tế trên thế giới, có 2 yếu tố chính chi phối hoạt động giáo dục bậc đại học: *Thứ nhất*, phúc lợi nhà nước đang đứng trước nguy cơ khủng hoảng (các khoản đầu tư công cho giáo dục, y tế giảm đi); *thứ hai*, giáo dục (đặc biệt là giáo dục đại học) đang trong hoàn cảnh phải cạnh tranh gay gắt để cung cấp các sản phẩm hàng hoá, dịch vụ trước các yêu cầu luôn thay đổi của thị trường lao động. Cạnh tranh và khủng hoảng ngân sách nhà nước buộc các trường đại học phải tự chủ tìm các nguồn vốn bên ngoài. Như vậy, một câu hỏi được đặt ra là kiến thức có phải là hàng hoá không?

Xét từ mối quan hệ giữa các cơ quan cung cấp kiến thức với người sử dụng kiến thức giống như người sản xuất ra các sản phẩm và người tiêu thụ các sản phẩm đó, hầu như ai cũng công nhận rằng kiến thức đã được trao

đổi, trở thành sức mạnh trong quá trình hoạt động sản xuất. Cạnh tranh kinh tế thời đại ngày nay buộc các trường đại học phải ưu tiên phát triển những ngành có tiềm năng và lợi thế trong cạnh tranh. Từ quan niệm kiến thức được trao đổi như món hàng, các trường đại học nhanh chóng nhập cuộc vào guồng máy của thị trường, trở thành đại học thị trường, phục vụ thị trường (từ các hoạt động đào tạo đến nghiên cứu). Đại học đã được hiểu là cơ sở sản xuất trong môi trường tự do cạnh tranh, sinh lợi, nói cách khác, đại học giống như một doanh nghiệp. Chương trình học, nội dung giảng dạy, hoạt động nghiên cứu, cách tuyển chọn giáo sư dựa vào tiêu chuẩn có sinh ra lợi nhuận hay không. Đại học công vẫn tồn tại, sống bằng ngân sách nhà nước và cung cấp các dịch vụ công. Tuy nhiên, các lợi ích tư có được từ thị trường đã khiến cho các đại học công bắt đầu có thay đổi về cách thức tổ chức và hoạt động. Với quyền tự trị ngày càng lớn, các đại học

công và đại học tư đua nhau tìm các nguồn vốn từ bên ngoài, săn đón các hợp đồng, liên kết với các doanh nghiệp, mở các chi nhánh đào tạo, đổi mới chương trình, cải cách các hoạt động nghiên cứu, quảng cáo tiếp thị, ứng xử như một doanh nghiệp.

Hình thức mới nhất của các trường đại học ở Mỹ và châu Âu là đại học doanh nghiệp, thực hiện chức năng mới (bên cạnh hai chức năng đào tạo và nghiên cứu) là phát triển kinh - tế xã hội. Nhân danh chức năng thứ ba, các đại học này biến các trung tâm nghiên cứu thành các “xí nghiệp” trong trường. Mục tiêu của các trung tâm đó là tổ chức bằng được một dây chuyền từ khâu khảo sát, nghiên cứu, sản xuất và tiêu thụ sản phẩm cuối cùng. Các đại học công trước đây chú ý nhiều tới công bằng xã hội, còn các đại học ngày nay chú ý tới hiệu quả hoạt động, nâng cao tính nhân bản và cách thức tiếp thị. Xã hội tri thức rất cần những đại học hiệu quả như thế để giành thắng lợi trong

môi trường cạnh tranh.

Quyền được học đại học đã được công nhận như là một quyền cơ bản của con người. Đây là chỗ dựa cho những người luôn bảo vệ đại học công theo kiểu truyền thống trong các cuộc tranh luận. Thực tế cho thấy, ở hầu hết các nước trên thế giới, đại học công và tư đều tồn tại, loại hình nào thay thế là dựa vào thái độ chính trị của từng nước. Tại châu Âu, đại học công thắng thế, ngược lại ở Mỹ đại học tư lại chiếm đa số và đóng góp phần lớn cho quá trình phát triển. Một trường đại học chủ yếu phục vụ công ích thì chắc chắn không có nhà nước nào dám đương nổi nguồn tài chính đầu tư. Ngược lại, nếu ngân sách nghiêng hẳn vào nguồn tài chính tư thì liệu đại học có còn hướng tới các mục tiêu chung không? Nhiều quốc gia đang trong quá trình chuyển tiếp để vừa bảo vệ giá trị truyền thống vừa nâng cao được hiệu quả kinh tế - xã hội của các trường đại học. Hệ thống đại học sẽ biến đổi hoàn toàn hay không để thành một thị trường giống như hệ thống khác trong nền kinh tế đang là một vấn đề rất đáng quan tâm.

Đại học doanh nghiệp: Mục tiêu, chức năng - nhiệm vụ

Các cuộc tranh luận về đại học doanh nghiệp bắt đầu được tiến hành vào đầu thập niên 90 của thế kỷ trước. Đa số các học giả đều thống nhất được 3 nhóm mục tiêu và một số chức năng - nhiệm vụ cơ bản.

Mục tiêu: (1) Hoạt động đào tạo và nghiên cứu không chỉ tạo thêm khả năng cho sinh viên tìm việc làm trước yêu cầu khắt khe

của thị trường lao động mà còn là nguồn lực tạo thêm việc làm cho những người khác; (2) Quản trị của đại học phải giống như quản trị một doanh nghiệp, luôn gắn liền với việc giải quyết các khó khăn trong quá trình phát triển để hướng tới các hoạt động nghiên cứu và hợp tác liên ngành; (3) Nghiên cứu và các kết quả của nghiên cứu không phải chỉ để xuất bản mà trở thành nguồn lực cho đổi mới, đóng góp cho phát triển kinh tế - xã hội, đồng thời khơi nguồn cho các ý tưởng mới trong hoạt động nghiên cứu và kinh doanh.

Chức năng - nhiệm vụ: Thúc đẩy hoạt động quản lý của các tổ chức một cách tự chủ, tập trung ở mức cao; tăng cường thiết lập các quan hệ với các đối tác bên ngoài; tìm kiếm và đa dạng hoá các nguồn vốn hỗ trợ; tạo ra môi trường học thuật tự do và luôn được khích lệ. Các chức năng này thực ra là nằm trong 2 nhiệm vụ chính: *Một là*, phải đào tạo các sinh viên thành những doanh nhân - những người muốn triển khai các ý tưởng kinh doanh; *hai là*, phải tiến hành các hoạt động theo phương thức doanh nghiệp.

Hướng tới mô hình đại học doanh nghiệp: Những điều kiện nền tảng

Thay đổi về tổ chức: Một câu hỏi được đặt ra là, mô hình đại học doanh nghiệp có phải là tốt nhất không? Từ kinh nghiệm hoạt động của các trường đại học ở Mỹ và châu Âu, có thể khẳng định rằng, trường đại học doanh nghiệp tích cực tối đa hóa lợi nhuận nhờ thương mại hoá các kết quả nghiên cứu của trường và tạo ra các giá trị trong xã hội mà không làm ảnh hưởng tới giá trị

truyền thống của đại học là giáo dục và hoạt động học thuật. Các trường đại học của Mỹ huy động vốn từ bên ngoài chiếm tới 70-80% tổng nguồn vốn. Các trường đại học chủ động tham gia với các đối tác cộng đồng dưới nhiều hình thức như tư vấn, đào tạo, nghiên cứu và triển khai, chuyển giao công nghệ, ương tạo công nghệ và tham gia các dự án. Điều đó giải thích rằng các trường đại học có trách nhiệm hơn với cộng đồng, đặc biệt các trường đại học của Mỹ đã giúp cho kinh tế của các bang phát triển, do đó thu hút được nguồn tài chính từ các bang chứ không phải là từ chính quyền liên bang. Khi đã nhận các khoản tài trợ, các trường phải cam kết thực hiện trách nhiệm với các nhà tài trợ, thị trường, các bên liên quan của chính quyền bang. Nhiều nghiên cứu cho rằng, tổ chức của các trường phải thay đổi theo hướng luôn thích ứng với các yêu cầu của thị trường, gắn kết với các cơ hội. Clark (2004) [1] cho rằng, cần phải tăng cường khả năng tự chủ hoạt động tại các khoa. Theo ông, các khoa, phòng, ban cần có những người lãnh đạo có đầu óc doanh nghiệp. Việc gắn kết giữa đào tạo hướng nghiệp với thị trường phải được phổ biến đến từng nhân viên trong khoa, phòng, ban. Các trung tâm nghiên cứu, các hoạt động giáo dục cho sinh viên đại học, sau đại học cần chú ý nhiều hơn tới các hoạt động nghiên cứu có tính liên ngành. Với những định hướng và cam kết này, mục tiêu hướng về doanh nghiệp sẽ trở thành chiến lược cơ bản của trường đại học. Kết quả cuối cùng là tạo ra văn hoá doanh nghiệp trong trường đại học, đó là sẵn sàng thích ứng

với những thay đổi, luôn hoạt động tìm kiếm, giành giật các cơ hội để phát triển.

Cải cách chương trình đào tạo:

Các trường đại học về kinh doanh thường rất chú trọng các hoạt động quản lý, thực hiện các kế hoạch kinh doanh đã được hoạch định sẵn. Như vậy, hiệu quả của hoạt động giáo dục thấp, không thu được các kiến thức về hoạt động thực tế của doanh nghiệp và không hiểu hết các giá trị của kiến thức qua đào tạo. Ở Mỹ, đã có sự thay đổi đáng kể giữa 2 chương trình đào tạo, một bên là chương trình của các trường kinh doanh, một bên là chương trình của đại học doanh nghiệp. Chương trình của các trường đại học doanh nghiệp thường độc lập hơn, có sự góp sức của hội đồng tư vấn (là những nhà khoa học thuộc các lĩnh vực công nghệ, công nghiệp, chủ các doanh nghiệp) cùng hướng tới một mục tiêu xây dựng nên một chương trình đào tạo thúc đẩy các hoạt động đổi mới, kết hợp được các nghiên cứu liên ngành để giải quyết các vấn đề kinh tế - xã hội. Ví dụ, Đại học Texas có 16 môn học tín chỉ và một số môn tự chọn, bao gồm các vấn đề về tư vấn, kinh doanh, công nghệ thông tin, phát triển cộng đồng, phát triển khả năng tư duy khoa học và nhận biết xu hướng phát triển KH&CN trong tương lai. Ngoài ra, các kỹ năng viết, trình bày các vấn đề cũng được chú ý đặc biệt. Chương trình đào tạo phải đạt tới 4 giá trị cốt lõi: Tầm nhìn và khả năng phát hiện; tư cách làm chủ và tinh thần trách nhiệm; suy nghĩ và hành động theo hướng hội nhập; hợp tác và làm việc theo nhóm.

Chủ động tạo ra các cơ hội, khai thác cơ hội và theo đuổi các hoạt động đổi mới: Mặc dù có nhiều cách triển khai mô hình đại học doanh nghiệp ở Mỹ, châu Âu, nhưng để thực hiện được mô hình thành công cần chủ động tạo ra các cơ hội, khai thác cơ hội và theo đuổi các hoạt động đổi mới. Nói cách khác là phải hình thành các đối tác, đó là một trong những điều kiện quan trọng để giải quyết các vấn đề trong mối quan hệ tương tác giữa các hoạt động nghiên cứu liên ngành với các hoạt động triển khai. Xã hội sẽ nhận thức được rằng, trí tuệ tổng hợp của một trường đại học là tài sản quý giá nhất. Học thuật trong trường đại học là tác nhân phá vỡ rào cản giữa nghiên cứu và triển khai, đóng góp cho sự phát triển của cộng đồng. Khi mà uy tín của trường đại học được nâng cao, thì trường có thể khai thác nguồn tài chính từ các quỹ cho chương trình đổi mới, nghiên cứu, đào tạo trình độ bậc cao, nâng cấp thiết bị...

Phát triển đội ngũ giảng viên để giảng dạy chương trình đại học doanh nghiệp: Quá trình phát triển này cần phải được hỗ trợ từ các nguồn tài chính của trường hoặc từ các đối tác, thông qua một số quỹ. Chương trình của các trường đại học được xây dựng dựa vào kiến nghị của các khoa. Một số trường đại học cũng có thể tham khảo chương trình đào tạo của các đại học danh tiếng khác. Muốn có một chương trình đào tạo có chất lượng, phải ưu tiên (ưu đãi) tài chính cho những người xây dựng chương trình và các giảng viên có khả năng phát triển chương trình đó đạt được hiệu quả cao.

Theo quan điểm của nhà nghiên cứu về giáo dục Gibb (2007) [2], những nỗ lực của các trường đại học ở Mỹ đã được định hướng bởi các chương trình học thuật tại các trường đại học kinh doanh. Điều này dẫn tới việc hợp pháp hoá hoạt động nghiên cứu và đào tạo theo hướng doanh nghiệp. Nghĩa là các trường đại học đang tìm kiếm sự công nhận cho một ngành học mới phản ánh qua mục tiêu nghề nghiệp, trong điều kiện thị trường lao động luôn thay đổi. Tại Mỹ, có 2 quỹ đầu tư lớn cho các trường đại học doanh nghiệp là Kauffman và Coleman. Cả 2 vị chủ tịch của các quỹ này đều cho rằng, vận hành theo kiểu doanh nghiệp là phong cách, phương thức chung cho mọi hoạt động chứ không phải chỉ là kỹ năng kinh doanh. Các quỹ này chấp nhận rủi ro, coi thất bại là kinh nghiệm và tiếp tục đầu tư cho các dự án, ý tưởng mới. Sự mạng của 2 quỹ này không phải là phát triển kinh doanh mà là hỗ trợ cho giáo dục kinh doanh, giúp cho các trường đại học chuyển sang mô hình đại học doanh nghiệp, phục vụ yêu cầu của cộng đồng.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

[1] B.R. Clark (2004), "Sustaining change in Universities", *Society for Research in Higher Education*, Open University Press.

[2] Allan Gibb (2007), "Entrepreneurship: Unique solution for Unique Environments. Is it possible to achieve this with the existing paradigm?", *International Journal of Entrepreneurship Education*.