

ĐẠI HỌC THEO MÔ HÌNH DOANH NGHIỆP VÀ KHẢ NĂNG ÁP DỤNG TẠI TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ QUỐC DÂN

Trần Thọ Đạt

Hiệu trưởng Trường Đại học Kinh tế Quốc dân

Email: tranthodat@neu.edu.vn

Doãn Hoàng Minh

Trường Đại học Kinh tế Quốc dân

Email: minhhdh@neu.edu.vn

Ngày nhận: 12/10/2016

Ngày nhận bản sửa: 20/10/2016

Ngày duyệt đăng: 25/10/2016

Tóm tắt:

Đại học theo mô hình doanh nghiệp (entrepreneurial university) đang là xu thế phát triển hiện nay của nhiều trường đại học hàng đầu trên thế giới, trong đó nhấn mạnh sự tham gia tích cực và chủ động của các trường đại học vào quá trình đổi mới sáng tạo và tạo ra các giá trị kinh tế, thúc đẩy phát triển xã hội. Môi trường khoa học công nghệ, kinh tế, xã hội và cạnh tranh trên thế giới cũng như tại Việt Nam đang thay đổi nhanh chóng mở ra những viễn cảnh mới trong sáng tạo, trao đổi và ứng dụng tri thức. Đối mặt với thách thức không bị tụt hậu với chính mình, Trường Đại học Kinh tế Quốc dân hiện đứng trước những lựa chọn chiến lược về cách thức tổ chức và phát triển các hoạt động nghiên cứu, giảng dạy và gắn kết giá trị tri thức mình tạo ra với đòi hỏi thực tiễn, để có thể tiếp tục khẳng định vị thế và đóng góp hiệu quả vào sự phát triển chung của đất nước. Dựa trên mô hình và kinh nghiệm phát triển của một số trường đại học trên thế giới, bài viết đưa ra một số gợi ý có thể giúp Trường Đại học Kinh tế Quốc dân chuyển mình trở thành trường đại học theo mô hình doanh nghiệp, trong khi vẫn bảo tồn các giá trị hàn lâm và khoa học hướng tới mục tiêu là trường đại học nghiên cứu, bắt nhịp với xu hướng phát triển chung của giáo dục đại học trên thế giới.

Từ khóa: Đại học theo mô hình doanh nghiệp; mối quan hệ trường đại học với doanh nghiệp; đổi mới giáo dục đại học; quản trị trường đại học; Trường Đại học Kinh tế Quốc dân.

Entrepreneurial university and the applicability at National Economics University

Abstract:

Higher education system in the world is moving toward the model of entrepreneurial university, which emphasizes the active participation of universities in innovation and creation of values. The unprecedented changes in technological, socio-economic and competitive environment have led to new perspectives in knowledge creation, exchange, and application. As a leading university in economics and business, National Economics University (NEU) has to decide on how to organize and develop its research, teaching and knowledge exchange in such a way that connects university's knowledge to value creation, and thus, enhances its contribution to the development of Vietnam. Based upon critical review of several successful models, this paper suggests some orientations for changes that NEU may adopt to transform its organization into an entrepreneurial university, coping with global trend and yet maintaining core academic values of a research university.

Keywords: Entrepreneurial university; university-industry relationship; innovation in higher education; higher education management; National Economics University.

1. Đặt vấn đề

Trong vài năm trở lại đây ở Việt Nam, “tinh thần doanh nghiệp” (entrepreneurship) đang trở thành một trong các thuật ngữ có mức độ xuất hiện hàng đầu trong các thảo luận trên nhiều diễn đàn khoa học và nghề nghiệp, cũng như là chủ đề chiếm vị trí ưu tiên trong các chính sách phát triển của cơ quan quản lý nhà nước. Trong bối cảnh cả xã hội đang chuyển mình hướng đến mục tiêu cá nhân khởi nghiệp và quốc gia khởi nghiệp, các trường đại học cần đổi mới như thế nào để bắt nhịp và đồng hành cùng sự phát triển chung của cả hệ thống là một câu hỏi có tính chiến lược. Điều này càng có ý nghĩa đặc biệt quan trọng đối với những trường đại học đang giữ vị trí đi đầu, dẫn dắt cả một ngành, một lĩnh vực đào tạo và nghiên cứu như Trường Đại học Kinh tế Quốc dân.

Trên thế giới, khái niệm “đại học theo mô hình doanh nghiệp” (entrepreneurial university) đã xuất hiện từ thập niên cuối của thế kỷ trước, với các nghiên cứu tiên phong của Etzcowitz (1983), Wasser (1990), và Clark (1998). Theo các tác giả này, đại học theo mô hình doanh nghiệp là các trường đại học tích cực tìm cơ hội thương mại hóa các ý tưởng và tạo ra giá trị kinh tế trong xã hội, cũng như không coi đó là một mối đe dọa đến các giá trị hàn lâm khoa học của mình (Clark, 2004). Trong thập niên tiếp theo, các nghiên cứu về đại học theo mô hình doanh nghiệp, cả trên góc độ hàn lâm học thuật và ứng dụng thực tiễn, đã thu hút sự quan tâm của đông đảo giới khoa học (Gibb và cộng sự, 2013). Có thể thấy đại học theo mô hình doanh nghiệp được phát triển tại cả những trường đại học có bề dày và uy tín lâu năm về nghiên cứu hàn lâm như Oxford (Anh), Stanford, Massachusetts Institute of Technology (Mỹ), cũng như tại các cơ sở giáo dục đại học hiện đại và ít tuổi hơn tại các quốc gia mới phát triển và đang phát triển, như Đại học Quốc gia Singapore (Wong, 2007), Đại học Hoa Đông, Trung Quốc (Ye Liu, 2008). Tại Việt Nam, những trường đại học đầu tiên đưa tên tuổi mình gắn với khái niệm này có thể kể đến Trường Đại học Nguyễn Tất Thành (Phạm Thị Ly, 2012), Đại học Quốc gia Hà Nội (Nguyễn Hữu Đức, 2013), Trường Đại học Bách Khoa Thành phố Hồ Chí Minh (Hà Thế An, 2016).

Môi trường làm việc, các mô hình kinh doanh mới, các cách tổ chức và vận hành kinh tế tại một nước trên đà phát triển mạnh mẽ như Việt Nam đang thay đổi và chuyển biến hằng ngày. Trường đại học

với sứ mệnh phát triển tri thức và đào tạo nguồn nhân lực bậc cao phục vụ cho xã hội cần có sự chuẩn bị và thích nghi với các xu hướng vận động mới của nền kinh tế. Trong bối cảnh đó, Trường Đại học Kinh tế Quốc dân đứng trước những lựa chọn có tính chiến lược về hướng phát triển, với thách thức đẩy mạnh sự tham gia chủ động và tích cực của mình vào quá trình chuyển biến kinh tế xã hội của đất nước. Bài viết này đi sâu thảo luận về khái niệm và mô hình đại học định hướng doanh nghiệp, từ đó nghiên cứu khả năng áp dụng với Trường Đại học Kinh tế Quốc dân. Bài viết cũng đồng thời gợi ý những bước đi cần thiết có thể giúp Nhà trường đổi mới chính mình hướng đến một mô hình tiên phong về đại học theo mô hình doanh nghiệp trong lĩnh vực kinh tế, kinh doanh và quản lý tại Việt Nam.

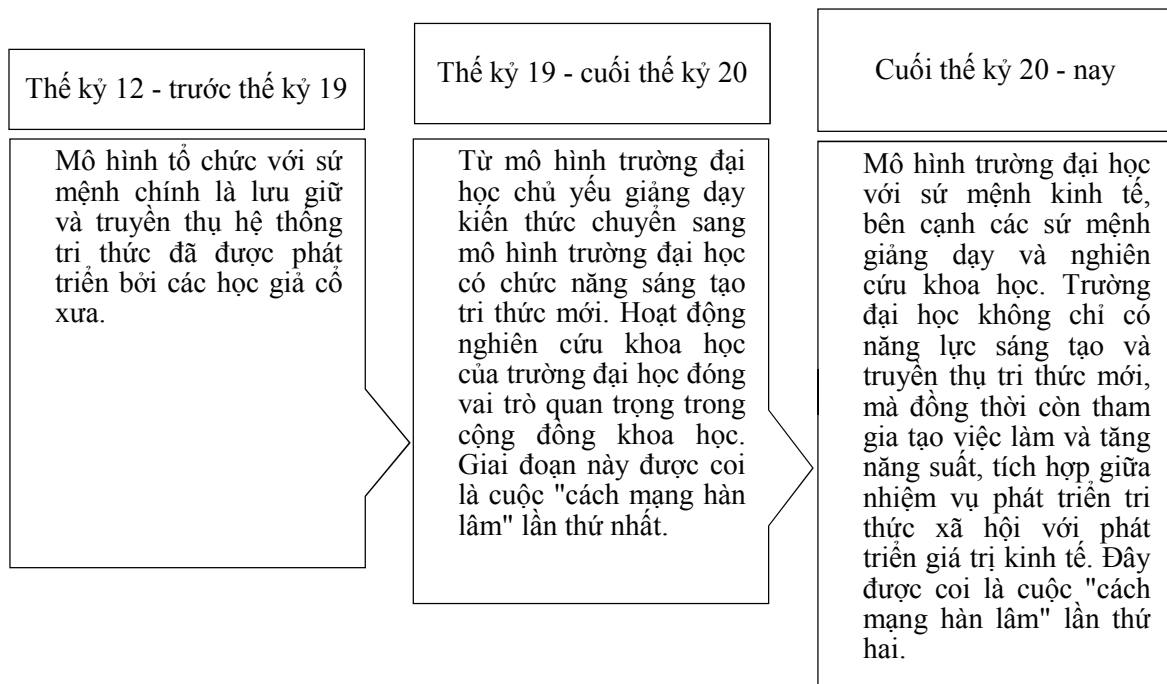
2. Khái niệm đại học theo mô hình doanh nghiệp và sự cần thiết phát triển mô hình đại học định hướng doanh nghiệp

Là một trong những tác giả đi đầu trong các nghiên cứu về đại học theo mô hình doanh nghiệp, Etzcowitz và cộng sự (2008) mô tả sự vận động và phát triển của giáo dục đại học trong lịch sử như một quá trình trải qua 3 giai đoạn (Hình 1).

Từ giữa những năm 1980, thuật ngữ “theo mô hình doanh nghiệp” (entrepreneurial) bắt đầu xuất hiện bên cạnh các khái niệm khoa học, nhà khoa học và trường đại học. Trường đại học theo mô hình doanh nghiệp được coi là những trường có khả năng kết nối hiệu quả tri thức khoa học với phát triển và tạo ra các giá trị kinh tế. Theo Hannon (2008), Robertson (2008) và Etzcowitz (2004), trường đại học theo mô hình doanh nghiệp có một số đặc điểm như sau:

- Chủ động và tích cực vốn hóa tài sản tri thức (capitalization of knowledge), dẹp bỏ ranh giới và thúc đẩy dòng chảy tri thức giữa mình và các tổ chức khác, cụ thể là giới doanh nghiệp và cơ quan quản lý.
- Có tư duy cởi mở về định hướng doanh nghiệp, theo đó, định hướng doanh nghiệp không đơn thuần chỉ là tạo ra một hoạt động kinh doanh.
- Có một môi trường tích cực thúc đẩy phát triển các cơ hội, tư duy cũng như hành vi hướng tới tạo ra lợi ích kinh tế.
- Quản lý thành công mối quan hệ phụ thuộc qua lại với giới doanh nghiệp và cơ quan quản lý nhà nước, trong khi vẫn đảm bảo tính độc lập của mình.
- Lãnh đạo nhà trường có quyết tâm mạnh mẽ

Hình 1: Ba giai đoạn phát triển của giáo dục đại học



Nguồn Etzkowitz và cộng sự (2008)

hướng tới phát triển các năng lực khởi nghiệp trong toàn bộ sinh viên và giảng viên.

Điểm quan trọng cần nhấn mạnh ở đây là trường đại học theo mô hình doanh nghiệp không theo đuổi mục tiêu kinh tế, mà mục tiêu phát triển kinh tế được tích hợp cùng với mục tiêu phát triển tri thức khoa học, hướng tới tạo ra một giá trị cộng hưởng thiết thực và hiệu quả hơn của các trường đại học cho xã hội.

Trên thực tế, giáo dục đại học hiện nay đang đứng trước những thách thức chưa có tiền lệ trong việc xác định lại tôn chỉ mục tiêu, vai trò, tổ chức và phạm vi ảnh hưởng của mình đối với xã hội và nền kinh tế. Đã có những thảo luận thậm chí đề cập đến nguy cơ trường đại học đánh mất chỗ đứng của mình trong xã hội và nền kinh tế nếu không kịp thay đổi (Đàm Quang Minh và Phạm Hiệp, 2016). Thời đại ngày nay chứng kiến những thay đổi không ngừng của khoa học và công nghệ. Các phát minh sáng chế được nhanh chóng đưa vào ứng dụng tạo ra những bước đột phá trong sinh hoạt và lao động. Giáo dục đại học phải đối mặt với thách thức dự báo những kỹ năng mà thị trường lao động sẽ cần trong tương lai gần, trong khi tốc độ thay đổi công nghệ diễn ra quá nhanh. Các cơ sở đào tạo với những chương trình học cập nhật, bám sát thực tiễn và hợp tác sâu rộng với giới doanh nghiệp trong đào tạo và nghiên cứu sẽ có ưu thế trong việc thu hút người học. Ở đó người học có thể tìm được những kỹ năng và kiến thức cùng

với tư duy sáng tạo, khả năng thích nghi với các thách thức và yêu cầu công việc thay đổi liên tục để tránh nguy cơ bị đào thải (Lê Bảo Long, 2016).

Quá trình quốc tế hóa giáo dục đại học, đi kèm với việc mở rộng ứng dụng công nghệ thông tin và ứng dụng internet đã khiến các cơ sở giáo dục đại học truyền thống mất dần vị thế độc quyền của mình về nắm giữ và truyền thụ tri thức. Toàn cầu hóa và số hóa cũng là những động lực thúc đẩy quá trình chia sẻ kinh nghiệm và tri thức ẩn (tacit knowledge) trong cộng đồng, khiến các trường đại học không còn là trung tâm trang bị kỹ năng cần thiết để cá nhân gia nhập thị trường lao động (Gibb và cộng sự, 2013). Các trường đại học do đó đứng trước sức ép phải hội nhập mạnh mẽ vào các dòng chảy trao đổi tri thức, chuyển giao công nghệ để không tự cô lập chính mình.

Bên cạnh đó, hoạt động đào tạo và nghiên cứu khoa học (NCKH) tại các trường đại học đang đối mặt với những đối thủ cạnh tranh mới. Nhiều tập đoàn kinh tế có tiềm lực công nghệ, con người và nguồn tài chính đang đi đầu trong cuộc đua biến tri thức thành sản phẩm phục vụ cuộc sống (Lê Bảo Long, 2016). Bản thân họ có thể chủ động thành lập các cơ sở nghiên cứu và giáo dục bậc cao, trước hết là để phục vụ nhu cầu nhân lực cho chính mình. Ranh giới về tri thức và khả năng sáng tạo giữa khu vực đại học và công nghiệp ngày càng thu hẹp (Đàm

Quang Minh và Phạm Hiệp, 2016). Đại học ngày càng cần phải tìm đến doanh nghiệp để tận dụng các nguồn lực, cũng như đẩy nhanh ứng dụng các giá trị tri thức mình tạo ra, để giữ vững chỗ đứng.

Cuối cùng, khi đầu vào giáo dục đại học ngày càng được mở rộng đại trà, cùng với đó là xu hướng xã hội hóa và gia tăng quyền tự chủ cho các cơ sở đào tạo, trường đại học có thêm cơ hội đa dạng hóa các nguồn tài chính. Trường đại học có thể chủ động thiết lập hợp tác với giới doanh nghiệp, cho phép mình tiếp cận với nguồn đầu tư và những tài sản vô hình mà ngân sách công không đủ đáp ứng. Việc này cũng góp phần đẩy nhanh tốc độ ứng dụng tri thức và thương mại hóa tri thức mà trường đại học tạo ra (Ropke, 1998).

Như vậy mục tiêu gắn kết sứ mệnh của các trường đại học với phát triển kinh tế xã hội, bên cạnh đó là sức ép cạnh tranh, là những động lực thúc đẩy trường đại học chuyển dịch từ mô hình giảng dạy và nghiên cứu khoa học truyền thống sang mô hình đại học định hướng doanh nghiệp. Đó là mô hình mà sứ mệnh sáng tạo phát triển các giá trị và lợi ích kinh tế được bổ sung và tích hợp với sứ mệnh đã được thừa nhận của các trường đại học - nghiên cứu phát triển tri thức khoa học và truyền thụ tri thức cho xã hội.

3. Quá trình chuyển dịch từ mô hình trường đại học truyền thống sang mô hình trường đại học định hướng doanh nghiệp

Quá trình chuyển dịch trường đại học từ mô hình truyền thống chỉ coi trọng nghiên cứu khoa học và giảng dạy, sang mô hình trường đại học định hướng doanh nghiệp tích hợp thêm nhiệm vụ tạo ra lợi ích

kinh tế, có thể trải qua nhiều mức độ với thời gian dài, ngắn khác nhau, phụ thuộc vào bối cảnh từng quốc gia và đặc điểm riêng của mỗi tổ chức. Theo Etzkowitz (2015), quá trình này gồm ba giai đoạn (Hình 2).

Quá trình này bao gồm nhiều hoạt động cụ thể, ví dụ như hình thành đơn vị, bộ phận mới có chức năng thương mại hóa tài sản tri thức, tiến hành đăng ký bản quyền và cấp phép khai thác bằng sáng chế, thiết lập các vườn ươm ý tưởng, phát triển các dự án kinh doanh ngay trong trường đại học, đầu tư cho các dự án khởi nghiệp (spin-off). Philpott và cộng sự (2011) cho rằng xu hướng phát triển theo định hướng doanh nghiệp của các trường đại học có thể được phản ánh thông qua mức độ trường tham gia trực tiếp vào việc tạo ra các giá trị kinh tế (Hình 3).

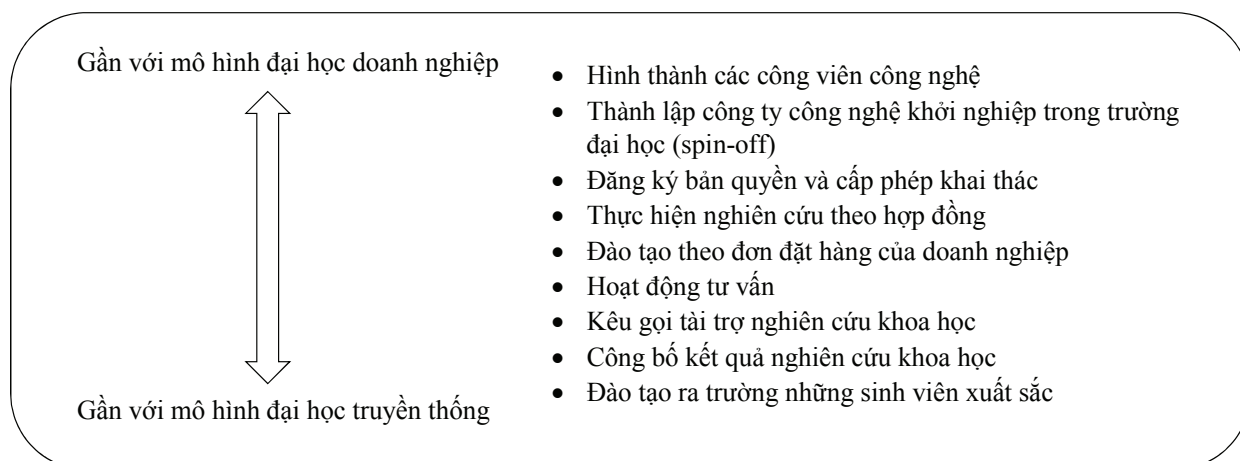
Có thể thấy trong mô hình trường đại học truyền thống, hoàn thành nhiệm vụ đào tạo những sinh viên xuất sắc và công bố nhiều kết quả nghiên cứu khoa học đã được coi là làm tròn sứ mệnh. Còn trong mô hình trường đại học theo mô hình doanh nghiệp, nhà trường cần đẩy cao hơn sự chủ động và đóng góp của mình vào xã hội, bằng việc đưa những sản phẩm tri thức mình tạo ra gần hơn nữa với nhu cầu thực tiễn và thúc đẩy nhanh chóng khả năng ứng dụng của những sản phẩm đó. Việc triển khai các hoạt động hướng tới một sự xích lại gần hơn các giá trị kinh tế này tại các trường đại học đòi hỏi phải có thời gian, phải được hậu thuẫn bởi một văn hóa nội bộ thuận lợi, cũng như phải dựa trên những năng lực nội tại phù hợp. Quá trình này cũng phải đối diện với những phản ứng tiềm tàng trong môi trường tổ

Hình 2: Các giai đoạn phát triển trường đại học theo mô hình doanh nghiệp



Nguồn: Etzkowitz (2015)

Hình 3: Chuỗi các hoạt động định hướng doanh nghiệp trong trường đại học



Nguồn: Philpott và cộng sự (2011)

chức, xuất phát từ những quan điểm trái chiều về việc lựa chọn đi theo mô hình định hướng doanh nghiệp (Philpott và cộng sự, 2011). Một số nghiên cứu cũng chỉ ra rằng quá trình này có thể gặp phải những lực cản khách quan và chủ quan, chẳng hạn những ràng buộc về quy định, chính sách vĩ mô hay sự phản đối từ bên trong trường đại học trước những thay đổi cấu trúc tổ chức khi cố gắng kết nối các giá trị hàn lâm học thuật với các giá trị kinh tế (Jacob và cộng sự, 2003).

4. Một số kinh nghiệm phát triển trường đại học theo mô hình doanh nghiệp trên thế giới

Mỹ được coi là quốc gia đi đầu trong việc giảng viên tại nhiều trường đại học kết hợp thành công nhiệm vụ “truyền thông” nghiên cứu khoa học và giảng dạy với tạo ra giá trị gia tăng về kinh tế và kinh doanh, tương tự như thế hệ đi trước của họ từ thế kỷ thứ 19 cũng là những người đã tiên phong tích hợp được sứ mệnh giảng dạy và truyền thụ tri thức với nghiên cứu khoa học tạo ra tri thức mới (Etzkowitz và cộng sự, 2008). Tại Mỹ, các trường đại học được trao quyền độc lập và tự chủ tương đối cao ngay từ những năm đầu thế kỷ 19. Tư tưởng coi trọng tự do cạnh tranh cũng là động lực thúc đẩy các trường đại học tích cực chuyển mình theo định hướng doanh nghiệp. Từ những nỗ lực đầu tiên tập trung vào tìm kiếm nguồn tài chính phục vụ nghiên cứu, các hoạt động mang tính định hướng doanh nghiệp mở rộng sang thương mại hóa các sản phẩm khoa học thông qua đăng ký sở hữu bản quyền phát minh sáng chế, cấp phép khai thác, thành lập doanh nghiệp, và lan ra tại hầu hết các trường đại

học nghiên cứu. Năm 1969, Đại học Stanford đi đầu trong việc thành lập Văn phòng Cấp phép Công nghệ (Office of Technology Licensing (OTL)), với nhiệm vụ tìm kiếm khách hàng và đàm phán các hợp đồng cấp phép. Mô hình chuyển giao công nghệ mang tính marketing tiên phong này đã gặt hái nhiều thành công và mang lại nguồn thu nhập đáng kể cho trường. Mô hình này tiếp tục được áp dụng tại Đại học MIT, và sau đó lan rộng tới toàn bộ hệ thống các trường đại học có hoạt động nghiên cứu khoa học tại Mỹ. Các quy định pháp luật tại Mỹ (Đạo luật Bayh-Dole năm 1980) cũng góp phần định hình mối quan hệ trường đại học và doanh nghiệp theo hướng này. Các nhà khoa học - giảng viên được đảm bảo lợi ích thu được từ khai thác bản quyền sáng chế của mình, thậm chí được khuyến khích nghỉ làm để thành lập doanh nghiệp (Etzkowitz, 2015).

Singapore là quốc gia lựa chọn chiến lược tăng trưởng dựa vào tri thức. Các trường đại học tại đây được trao trọng trách thúc đẩy tăng trưởng kinh tế thông qua hoạt động nghiên cứu gắn với nhu cầu doanh nghiệp, thương mại hóa công nghệ, thành lập doanh nghiệp công nghệ trong trường đại học, thu hút nhân tài từ nước ngoài, và lan tỏa tinh thần doanh nhân trong trường đại học. Tại Đại học Quốc gia Singapore (NUS), NUS Enterprise là một đơn vị trực thuộc trường với tổng giám đốc có vị trí ngang bằng với các phó hiệu trưởng. Đơn vị này có sứ mệnh thúc đẩy tinh thần kinh doanh trong các hoạt động giảng dạy và nghiên cứu toàn trường, đồng thời liên hệ và thúc đẩy hợp tác với giới kinh doanh thông qua phòng Quan hệ Doanh nghiệp (Industry

Liaison Office). Một số hoạt động cụ thể đơn vị này triển khai gồm có hỗ trợ phát triển các dự án khởi nghiệp, gây quỹ, kết nối mạng lưới các nhà đầu tư và cố vấn cho các dự án doanh nghiệp công nghệ của giảng viên, sinh viên và cựu học viên, xúc tiến các thỏa thuận cấp phép và chuyển giao công nghệ, phát triển các nội dung đào tạo về khởi sự kinh doanh trong các chương trình đào tạo khối kỹ thuật (Wong, 2007).

Các bài học kinh nghiệm từ Đại học Quốc gia Singapore trong việc phát triển thành công đại học theo mô hình doanh nghiệp tại trường gồm có:

- Có sự thống nhất và quán triệt tại các cấp lãnh đạo cao nhất;
- Có sự cam kết dài hạn về nguồn lực và đổi mới tổ chức;
- Tuyển dụng những nhân sự xuất sắc để dẫn dắt sự thay đổi;
- So sánh, học hỏi và áp dụng những kinh nghiệm quốc tế tốt nhất;
- Đưa ra bằng chứng cụ thể về kết quả đạt được để thuyết phục và chinh phục sự ủng hộ của cộng đồng các nhà khoa học và giảng viên toàn trường;
- Liên tục vận động để theo kịp những thay đổi từ môi trường.

Nguồn: Wong (2007)

Năm 2012, OECD kết hợp với Ủy ban Châu Âu về Văn hóa và Giáo dục xây dựng và công bố một Khung tham chiếu về mô hình trường đại học định hướng doanh nghiệp (OECD và European Commission's DG Education and Culture, 2012). Mục tiêu của Khung tham chiếu là hỗ trợ các trường đại học trong khối Liên minh Châu Âu thực hiện tự đánh giá mình và đổi mới hướng đến mô hình đại học doanh nghiệp. Dựa trên kết quả của nghiên cứu này, các nhân tố có liên quan và chi phối đến xu hướng trường đại học vận động theo định hướng doanh nghiệp bao gồm:

- Lãnh đạo và quản lý;
- Năng lực tổ chức, con người và biện pháp khuyến khích;
- Nỗ lực phát triển tinh thần doanh nghiệp trong giảng dạy và học tập;
- Có cơ chế khuyến khích và hỗ trợ các cá nhân có tố chất khởi nghiệp (entrepreneurs);
- Môi quan hệ giữa trường đại học với doanh

nh nghiệp và đối tác bên ngoài trong trao đổi tri thức;

- Mức độ quốc tế hóa của trường;
- Kết quả cụ thể tạo ra từ mô hình trường đại học định hướng doanh nghiệp.

5. Áp dụng mô hình trường đại học theo định hướng doanh nghiệp tại Trường Đại học Kinh tế Quốc dân – Thách thức phát triển và những bước đi cần thiết

Với mục tiêu vươn lên thành một nước phát triển, Việt Nam đang chứng kiến những bước chuyển mình mạnh mẽ. Việc hội nhập quốc tế sâu rộng cũng cho chúng ta điều kiện nhận diện những thách thức và học hỏi những mô hình thành công trên thế giới để có thể vận dụng. Trường Đại học Kinh tế Quốc dân đang đứng trước một cơ hội để xác lập chỗ đứng của mình trên con đường phát triển của một đất nước Việt Nam năng động và nhiều khát vọng.

5.1. Thách thức phát triển và sự cần thiết phải đổi mới sang mô hình định hướng doanh nghiệp

Lịch sử 60 năm phát triển cùng một thương hiệu và vị thế hàng đầu là một tài sản mà Trường Đại học Kinh tế Quốc dân đã đạt được. Đây có thể coi là một lợi thế, nhưng đồng thời cũng là một sức ép lớn với Nhà trường. Trong một xã hội Việt Nam năng động và trẻ tuổi với khát vọng làm giàu dựa trên nền tảng tri thức, không thay đổi hoặc thay đổi chậm sẽ đồng nghĩa với tụt hậu. Để viết tiếp lịch sử và giữ được vị trí tiên phong, Trường Đại học Kinh tế Quốc dân cần phải đặt ra những mục tiêu phát triển cụ thể cho chính mình, cũng như năng động và nhạy bén trong việc lựa chọn những hướng đi ưu tiên. Trên chặng đường đó, bề dày lịch sử của Trường có thể được phát huy như một đòn bẩy, nhưng cũng đồng thời có thể trở thành một phanh hãm làm chậm lại quá trình đổi mới.

Cũng giống như những gì diễn ra trên thế giới, giáo dục đại học Việt Nam nói chung và Trường Đại học Kinh tế Quốc dân nói riêng, đang phải đối mặt với nguy cơ bị cạnh tranh trên sân nhà, khi ngày càng có nhiều tập đoàn, doanh nghiệp phát triển các cơ sở đào tạo nhân lực bậc cao, không chỉ để phục vụ cho nhu cầu của riêng mình mà còn đáp ứng đòi hỏi của xã hội. Trường Đại học FPT thuộc tập đoàn FPT thành lập năm 2006, Đại học Tân Tạo thuộc Tập đoàn Tân Tạo và Đại học Dầu khí thuộc Tập đoàn Dầu khí cùng thành lập năm 2010, là một số ví dụ về sự lấn sân của giới doanh nghiệp sang mảng nghiên cứu phát triển khoa học và truyền thụ tri thức. Gần

đây Vingroup cũng đã công bố rộng rãi tham vọng thành lập trường đại học đẳng cấp quốc tế trong tương lai gần. Lĩnh vực thế mạnh của Trường Đại học Kinh tế Quốc dân là kinh tế, quản lý và quản trị kinh doanh dường như lại là mảnh đất “màu mỡ” và ít rào cản gia nhập, thu hút đông đảo các đơn vị tham gia cung cấp dịch vụ đào tạo. Những điều này làm gia tăng sức ép tới các trường đại học thuộc cùng khối ngành trong cuộc đua bảo vệ vai trò là cánh cửa chắc chắn dẫn tới tương lai nghề nghiệp. Chủ động mở rộng kết nối hoạt động nghiên cứu và đào tạo gắn với giới doanh nghiệp, thay vì chờ đợi doanh nghiệp tìm đến đặt hàng mình, chính là hướng đi cần thiết để giáo dục đại học nói chung và Trường đại học Kinh tế Quốc dân vươn lên nắm bắt các cơ hội phát triển và khẳng định được chỗ đứng.

Song song với điều này, các trường đại học quốc tế ngày càng mở rộng hoạt động và tìm đến các nước kinh tế đang phát triển như Việt Nam. Thị trường giáo dục đại học trong nước đã và đang bị các đối thủ năng động hơn từ khắp nơi trên thế giới đến tiếp cận và khai thác. Thực tế điều này đã xảy ra: số sinh viên Việt Nam đi du học tăng từ 47.000 năm 2010 lên tới 130.000 năm 2015, với tổng chi ước tính 1.5 tỉ USD/năm (Phạm Hiệp, 2016). Số lượng sinh viên theo học các chương trình liên kết quốc tế ngay trong nước ngày càng tăng cao cũng cho thấy xu hướng cạnh tranh mới trong giáo dục đại học. Bên cạnh đó, có những thông tin nhiều chiều về tình trạng sinh viên tốt nghiệp các trường đại học không đáp ứng được yêu cầu của thị trường lao động, cũng như khó khăn tìm được việc làm phù hợp với chuyên môn đào tạo. Trong bối cảnh đó, sự mạnh dạn của Trường Đại học Kinh tế Quốc dân trong việc xích lại gần hơn với giới doanh nghiệp, đẩy mạnh tương tác và tích hợp các giá trị hàn lâm học thuật với các giá trị kinh tế, sự năng động trong khả năng tự tạo ra việc làm cho sinh viên, sẽ là những bằng chứng cho thấy hình ảnh một trường đại học khát khao vươn tới chất lượng, năng động và đi đầu trong lĩnh vực kinh tế, quản lý và quản trị kinh doanh.

Cuối cùng, tiến trình xã hội hóa và tăng cường tự chủ trong các trường đại học tại Việt Nam đang được đẩy mạnh. Cũng như các trường đại học nằm trong tốp đi đầu, Trường Đại học Kinh tế Quốc dân đứng trước cơ hội và đồng thời là thách thức lựa chọn mô hình và hướng đi cho mình. Sức ép cạnh tranh và đòi hỏi tồn tại trước mắt buộc Nhà trường cần bám sát những nhu cầu hiện tại của xã hội, đặc

biệt là của các doanh nghiệp và nền kinh tế. Bên cạnh đó, mục tiêu trở thành trường đại học nghiên cứu, hướng phát triển chiến lược mà nhà trường đã lựa chọn cho tương lai của mình, cũng là một thách thức không dễ thực hiện. Mô hình trường đại học định hướng doanh nghiệp, trong đó sứ mệnh nghiên cứu khoa học và truyền thụ tri thức được tích hợp và hỗ trợ bởi các hoạt động sáng tạo và trực tiếp tạo ra giá trị kinh tế, có thể là giải pháp giúp Trường Đại học Kinh tế Quốc dân đạt được các tham vọng của mình. Những mô hình phát triển của các trường đại học nghiên cứu hàng đầu thế giới như Đại học Stanford Hoa Kỳ, Đại học Quốc gia Singapore, tuy thuộc các hoàn cảnh và điều kiện khác rất xa chúng ta, vẫn có thể là những bài học kinh nghiệm có giá trị cho Trường Đại học Kinh tế Quốc dân tham khảo.

5.2. Trường Đại học Kinh tế Quốc dân hướng tới mô hình trường đại học theo định hướng doanh nghiệp – những bước đi cần thiết

Trong Khung tham chiếu về mô hình trường đại học theo định hướng doanh nghiệp do OECD kết hợp với Ủy ban Châu Âu về Phát triển Giáo dục và Văn hóa đưa ra (OECD and European Commission's DG Education and Culture, 2012), bẫy nhân tố được nhận diện như những động lực thúc đẩy sự vận động của một trường đại học theo mô hình định hướng doanh nghiệp. Một số nội dung trong khung tham chiếu này có thể được sử dụng để phân tích và gợi ý những bước đi đầu tiên giúp Trường Đại học Kinh tế Quốc dân tiệm cận mô hình trường đại học định hướng doanh nghiệp.

Phát triển tinh thần doanh nhân từ cấp lãnh đạo và quản lý tới toàn trường

Đây là yếu tố then chốt đầu tiên được OECD nhận diện là có ảnh hưởng đến mô hình định hướng doanh nghiệp của trường đại học. Kinh nghiệm phát triển của Trường Đại học Quốc gia Singapore cũng chỉ ra rằng sự thống nhất chiến lược và chỉ đạo từ các cấp lãnh đạo cao nhất về định hướng phát triển theo mô hình doanh nghiệp là một trong những nguyên nhân thành công. Để mô hình này trở thành hiện thực tại Trường Đại học Kinh tế Quốc dân, điều kiện tiên quyết là lãnh đạo nhà trường, bao gồm Đảng ủy, Hội đồng Trường và Ban giám hiệu có sự đồng thuận đưa quan điểm này vào mục tiêu và chiến lược phát triển của Trường. Điều này cần thể hiện bằng những tuyên bố cụ thể cũng như những cam kết rõ ràng để thực hiện các chiến lược. Một điểm mấu chốt cần

nhấn mạnh là trở thành trường đại học theo mô hình doanh nghiệp không phải là chạy theo các lợi ích kinh tế. Ngược lại, mục tiêu ở đây là nâng các giá trị tri thức học thuật của trường đại học lên tầng cao mới để đóng góp hiệu quả và thiết thực hơn vào lợi ích của xã hội. Một khi đạt được sự nhất trí về hướng đi chung đó, nhà trường sẽ có thể hình thành các bộ phận chuyên trách và cơ chế phối hợp, nhằm lồng ghép các hoạt động định hướng doanh nghiệp ở tất cả các cấp đào tạo và đơn vị chuyên môn. Việc lập ra một đơn vị chức năng hoạt động như một doanh nghiệp và có trách nhiệm thúc đẩy năng lực nghiên cứu và tri thức khoa học của nhà trường gắn kết với các giá trị kinh tế là bước tiếp theo có thể thực hiện. Trên thực tế, mô hình này đã tồn tại tại một số cơ sở đại học trong nước, ví dụ như Công ty TNHH Khoa học Tự nhiên thuộc Trường Đại học Khoa học Tự nhiên, Đại học Quốc gia Hà Nội (thành lập năm 2004), Công ty TNHH MTV Đầu tư và Phát triển Công nghệ Bách Khoa Hà Nội thuộc Trường Đại học Bách Khoa Hà Nội (thành lập năm 2008), Công ty Cổ phần Khoa học Công nghệ Bách khoa thành phố Hồ Chí Minh thuộc trường Đại học Bách Khoa, Đại học Quốc gia thành phố Hồ Chí Minh (thành lập tháng 1 năm 2016).

Bên cạnh đó, nhiều nghiên cứu đã chỉ ra rằng văn hóa nội bộ, xung đột quan điểm về tích hợp giá trị khoa học, hàn lâm với giá trị kinh tế, sự phản ứng trước những thay đổi của tổ chức khi triển khai các mô hình và cơ chế quản lý mới là những lực cản đáng kể đến quá trình đổi mới trường đại học theo mô hình định hướng doanh nghiệp (Jacob và cộng sự, 2003). Ý chí và quyết tâm của lãnh đạo cùng với sự quản lý minh bạch, công bằng của Nhà trường sẽ giúp vượt qua những thách thức này. Trong mô hình trường đại học theo định hướng doanh nghiệp, tinh thần doanh nhân, tư duy và kỹ năng kinh doanh như tạo nhận thức, kích thích các ý tưởng mới, phát triển và thực hiện, được đưa vào nội dung giảng dạy. Điểm đáng lưu ý là rất nhiều trường đại học trong số này vốn đa ngành, hoặc chuyên sâu hơn về các lĩnh vực công nghệ, hay khoa học kỹ thuật, ví dụ như Đại học Stanford, Đại học Quốc gia Singapore. Là một trường chuyên về kinh doanh và quản lý, Trường Đại học Kinh tế Quốc dân có những điều kiện thuận lợi để phát triển và đưa nội dung này vào trong các chương trình, cũng như phổ biến tới đội ngũ giảng viên và cán bộ phòng ban. Nhà trường cũng cần xây dựng những chính sách khuyến khích cụ thể thúc

đẩy sự đa dạng và đổi mới trong giảng dạy và học tập, phát triển các hình thức cộng tác và mở rộng quan hệ với các bên liên quan bên ngoài, qua đó nâng cao tinh thần kinh doanh và khởi nghiệp trong giảng viên và sinh viên, cũng như tích hợp vào các hoạt động nghiên cứu và đào tạo.

Nguồn lực, con người và các biện pháp khuyến khích từ bên trong tổ chức

Mục tiêu trở thành mô hình trường đại học theo định hướng doanh nghiệp cần được hỗ trợ bằng những nguồn lực về tài chính và con người một cách đầy đủ, đặc biệt trong những bước đi đầu tiên. Khung tham chiếu của OECD gợi ý rằng bên cạnh chiến lược tài chính bền vững tại chỗ, các trường đại học nên kêu gọi các nguồn tài trợ, đầu tư của các bên liên quan bên ngoài. Trên thực tế, điều này có tính khả thi cao với Trường Đại học Kinh tế Quốc dân khi Nhà trường đã có một mạng lưới các đối tác doanh nghiệp và cựu học viên thành đạt. Hiện nay, các hỗ trợ tới nhà trường mới chỉ được sử dụng một chiều vào phục vụ công tác giảng dạy và học tập như trang bị tài sản cơ sở vật chất, cấp học bổng cho sinh viên. Rõ ràng, một hình thức mới khai thác và sử dụng hiệu quả trên quan điểm hợp tác đôi bên cùng có lợi sẽ là chiến lược có tính bền vững hơn. Ngoài ra, Nhà trường cũng có thể vượt qua các ranh giới truyền thống để phát triển và bồi dưỡng các mối quan hệ mới.

Bên cạnh đó, Nhà trường cũng cần ý thức về nguồn lực con người tiềm ẩn trong đội ngũ giảng viên và sinh viên, và có chiến lược khai thác hiệu quả. Là một trường hàng đầu về quản lý và kinh doanh, rất nhiều giảng viên trong trường đã và đang được mời tham gia làm chuyên gia tư vấn trong các dự án bên ngoài của doanh nghiệp hoặc chính phủ. Tuy nhiên, nhiệm vụ chính họ đảm nhiệm trong trường mới giới hạn trong hoạt động giảng dạy. Song song với đó, còn ít dự án nghiên cứu khoa học được thực hiện trong trường chứng minh được tầm ảnh hưởng và tính ứng dụng trong giới doanh nghiệp và cơ quan chính phủ bên ngoài trường. Nhà trường cần định hướng lại các ưu tiên trong phân bổ nguồn lực dành cho nghiên cứu khoa học, bổ sung những chính sách ưu đãi đối với những nghiên cứu có địa chỉ sử dụng cụ thể, hoặc những hình thức hỗ trợ ưu tiên đối với các dự án nghiên cứu có tiềm năng thương mại hóa.

Trở thành một trường đại học theo mô hình doanh nghiệp là một quá trình dựa trên sự cam kết của

những hạt nhân có tố chất. Chặng đường từ hình thành các ý tưởng có khả năng ứng dụng cho đến triển khai sáng tạo và tìm kiếm các cơ hội thị trường, đưa những kết quả sáng tạo đó vào thực tế cần đến những con người thực sự có đầu óc “khởi nghiệp”. Trường Đại học Kinh tế Quốc dân cần nâng cao nhận thức về giá trị/tầm quan trọng của việc phát triển năng lực và tư duy kinh doanh trong đội ngũ cán bộ, giảng viên và sinh viên, cung cấp cơ hội trải nghiệm kinh doanh, phát hiện và tạo điều kiện tiếp cận tài chính cho những cá nhân tiềm năng. Khung tham chiếu OECD còn gợi ý việc mở rộng tuyển dụng và thu hút đối với các cá nhân giảng viên hoặc nhà nghiên cứu từ bên ngoài có tố chất và kinh nghiệm trong việc kết nối sản phẩm tri thức với ứng dụng thực tiễn. Đây cũng là kinh nghiệm quan sát được tại Đại học Quốc gia Singapore.

Tóm lại, với những nguồn lực tiềm ẩn bên trong và bên ngoài chưa được tiếp cận và khai thác hết, Trường Đại học Kinh tế Quốc dân có thể thực hiện những bước đi đầu tiên trong tiến trình phát triển các hoạt động định hướng doanh nghiệp.

Phát triển quan hệ với doanh nghiệp và các tổ chức bên ngoài và quốc tế để thúc đẩy trao đổi tri thức

Động cơ chính của việc phát triển theo mô hình trường đại học định hướng doanh nghiệp là trường đại học mang đến những đóng góp cụ thể, thiết thực và hiệu quả hơn cho xã hội. Trường Đại học Kinh tế Quốc dân hiện đã gây dựng được nhiều mối liên hệ với giới doanh nghiệp và khu vực công. Để tiềm năng khoa học và tài sản tri thức của mình được nhanh chóng phát huy và đưa vào ứng dụng khai thác, bản thân Nhà trường cần chủ động đưa ra các ý tưởng sáng tạo đổi mới, tạo cơ hội để trao đổi kiến thức. Là một trường chuyên về kiến thức kinh tế và kinh doanh, Trường Đại học Kinh tế Quốc dân cần áp dụng các kỹ năng marketing trong việc tìm kiếm các cơ hội tạo ra giá trị và xúc tiến, quảng bá giá trị tới các nhóm công chúng, khách hàng tiềm năng. Ở đây, một mô hình phòng chuyên trách, như phòng Quan hệ Doanh nghiệp (Industry Liaison Office) tại Đại học Quốc gia Singapore, là một bước đi tiếp để Nhà trường cần nhắc.

Cuối cùng, một trường đại học theo mô hình định hướng doanh nghiệp hiểu rằng phạm vi hoạt động và hợp tác của mình không thể chỉ giới hạn trong khu vực hoặc trong nước. Trường Đại học Kinh

tế Quốc dân cần tiếp tục thúc đẩy quốc tế hóa các quan hệ hợp tác và hướng tới phát triển định hướng doanh nghiệp của nhà trường. Điều này sẽ mở rộng cơ hội tiếp cận và học hỏi kinh nghiệm từ các trường đại học định hướng doanh nghiệp thành công, cũng như mang lại cho nhà trường những đối tác mạnh và những thị trường tiềm năng giúp nâng cao giá trị kinh tế cho các tài sản tri thức của mình.

6. Kết luận

Vượt qua mốc sáu mươi năm hình thành và phát triển, Trường Đại học Kinh tế Quốc dân đang bước sang một viễn cảnh với những cơ hội và thử thách mới. Những chuyển biến mạnh mẽ từ môi trường kinh tế xã hội trong và ngoài nước tạo ra sức ép đổi mới cho giáo dục đại học nói chung, Trường Đại học Kinh tế Quốc dân nói riêng, trước nguy cơ tụt hậu so với chính mình. Bài viết này đi sâu phân tích mô hình trường đại học theo định hướng doanh nghiệp, một xu hướng vận động của giáo dục đại học trên thế giới, trong đó đề cao vai trò đổi mới sáng tạo và thúc đẩy tạo ra các giá trị kinh tế của các trường đại học. Đây là xu hướng đang diễn ra mạnh mẽ tại nhiều trường đại học nghiên cứu hàng đầu, và từng bước xuất hiện tại một số trường đại học Việt Nam. Trường Đại học Kinh tế Quốc dân đang có những điều kiện thuận lợi để lựa chọn mô hình này cho chiến lược phát triển của mình. Dựa trên khái niệm, đặc điểm và khung phân tích trường đại học định hướng doanh nghiệp của Etzkowitz (1983, 2004, 2008, 2015) và OECD kết hợp với Ủy ban Châu Âu về Phát triển Giáo dục và Văn hóa (2012), đồng thời tham khảo kinh nghiệm thực tiễn từ một số trường đại học trên thế giới, bài viết đã đưa ra các gợi ý về những bước đi đầu mà Trường Đại học Kinh tế Quốc dân có thể thực hiện, để chuyển mình và bắt nhịp cùng xu hướng phát triển của thời đại. Đây là vấn đề có ý nghĩa chiến lược và bao hàm một quá trình phức tạp. Sẽ cần có những nghiên cứu tiếp theo để đưa ra những giải pháp chi tiết cho chương trình hành động ưu tiên và lộ trình thực hiện cụ thể. Các tác giả hy vọng rằng những phân tích này mang đến những gợi ý hữu ích góp phần củng cố và khẳng định vị thế của Trường Đại học Kinh tế Quốc dân trên con đường phát triển kinh tế, xã hội đất nước.

Tài liệu tham khảo

- Clark B. R., (1998), *Creating entrepreneurial universities, organisational pathways of transformation*, Pergamon IAU Press, Oxford.
- Clark B. R., (2004), *Sustaining change in universities: Continuities in case studies and concepts*, Maidenhead: Open University Press.
- Đàm Quang Minh và Phạm Hiệp (2016), ‘Cách mạng công nghiệp 4.0 và nguy cơ “thua trắng” của đại học truyền thống’, *Tuổi trẻ cuối tuần* ngày 7/9/2016, <http://cuoituan.tuoitre.vn/tin/van-de-su-kien/20160907/cach-mang-cong-nghiep-40-va-nguy-co-thua-trang-cua-dai-hoc-truyen-thong/1165108.html>, truy cập ngày 8/10/2016.
- Etzkowitz H., (1983), ‘Entrepreneurial scientists and entrepreneurial universities in American academic science’, *Minerva*, 21, 198–233.
- Etzkowitz H., (2004), ‘The evolution of the entrepreneurial university,’ *International Journal of Technology and Globalisation*, 1(1), 64–77.
- Etzkowitz H., (2015), ‘The entrepreneurial university as a technopole platform. A global phenomenon’. In: Miao JT, Benneworth P, Phelps NA (eds) *Making 21st century knowledge complexes: technopoles of the world revisited*. Routledge, New York, pp 23–40
- Etzkowitz H., Ranga M., Benner M., Guarany L., Maculan A.M., Knelleret R., (2008), ‘Pathways to the entrepreneurial university: towards a global convergence’, *Science and Public Policy*, 35(9), 681–695.
- Gibb A., Haskins G., Robertson I., (2013), ‘Leading the Entrepreneurial University: Meeting the Entrepreneurial Development Needs of Higher Education Institutions’, in *Universities in Change, Innovation, Technology, and Knowledge Management*, A. Altmann and B. Ebersberger (eds.).
- Hà Thế An (2016), ‘Đại học khởi nghiệp - nền tảng để đào tạo những trí thức làm chủ KH và CN’, Liên hiệp Khoa học phát triển doanh nghiệp Việt Nam, <http://www.doanhnghiepvietnam.org/chi-tiet/chuyen-de-du-an/240-dai-hoc-khoi-nghiep---nen-tang-de-dao-cao-nhung-tri-thuc-lam-chu-kh&cn.htm>, truy cập ngày 14/10/2016.
- Hannon P. D., (2008), ‘Entrepreneurship education strategies and best practice: Views, thoughts, challenges, opportunities’, http://ec.europa.eu/education/higher-education/doc/business/october08/hannon_en.pdf, Truy cập ngày 14/10/2016
- Jacob M., Lundqvist M., Hellsmark H., (2003), ‘Entrepreneurial transformations in the Swedish University system: the case of Chalmers University of Technology’, *Research Policy*, 32, 1555–1568.
- Lê Bảo Long (2016), ‘Dưới ảnh hưởng của cách mạng công nghiệp lần 4 Những ai phải lo?’, *Tuổi trẻ chủ nhật* 11/9/2016.
- Nguyễn Hữu Đức (2013), ‘Hướng tới mô hình đại học UniWood’, *Bản tin ĐHQGHN số 262 + 263 (2013) Số đặc biệt Xuân Quý Tỵ*.
- OECD & European Commission’s DG Education and Culture (2012), *A Guiding framework for Entrepreneurial Universities*, December 2012.
- Phạm Hiệp (2016), ‘Miếng bánh trong tay ai?’, *Tuổi trẻ cuối tuần* 11/9/2016.
- Phạm Thị Ly (2012), ‘Về quan hệ hợp tác giữa nhà trường và doanh nghiệp’, *Thông tin Giáo dục Quốc tế số 8+9 năm 2012*, ĐH Nguyễn Tất Thành.
- Philpott K., Dooley L., O’Reilly C., Lupton G. (2011), ‘The entrepreneurial university: Examining the underlying academic tensions’, *Technovation*, 31 (2011), 161–170.
- Robertson I., (2008), ‘How universities and graduates can thrive’, retrieved from <http://www.independent.co.uk/student/career-planning/getting-job/comment-how-universities-and-graduates-can-thrive-918572.html>
- Ropke J., (1998), ‘The entrepreneurial university: Innovation, academic knowledge creation and regional development in a globalized economy,’ *Working paper*, Philipps-Universität Marburg.
- Wasser H., (1990), ‘Changes in the European University: from traditional to Entrepreneurial’, *Higher Education*, Q 44(2), 110–122.
- Wong P.K., (2007), ‘Approach to University-Industry link, The case of the National University of Singapore’, in *How Universities Promote Economic Growth*, Editors Shahid Yusuf Kaoru Nabeshima, Worldbank.
- Ye Liu (2008), ‘Does entrepreneurial university really exist in China?: A case from Huazhong University of Science and Technology’, *Journal of Knowledge-based Innovation in China*, 4(2), 88–103.