

Đại học doanh nghiệp - Xu thế quản trị đại học của các nước đang phát triển trong nền kinh tế tri thức

Trần Thị Thảo¹, Trần Thị Chử^{*2}

¹ Email: thaott@uef.edu.vn

* Tác giả liên hệ

² Email: chutt@uef.edu.vn

Trường Đại học Kinh tế - Tài chính Thành phố Hồ Chí Minh
145 Điện Biên Phủ, Phường 15, quận Bình Thạnh,
Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam

TÓM TẮT: Hiện nay, hệ thống giáo dục đại học và nền kinh tế tri thức phải đối mặt với cả những thách thức về thị trường và việc đổi mới giáo dục. Các phản ứng thích hợp cho những thách thức này không chỉ được diễn ra trong các trường đại học và các cơ sở nghiên cứu mà còn trong một số lượng lớn các doanh nghiệp. Điều này khuyến khích các trường đại học và các doanh nghiệp tìm kiếm hình thức thể chế mới để đổi mới và đổi mới giáo dục. Trong đó, các trường đại học hiện đang tiến tới trở thành “đại học doanh nghiệp” để đáp ứng nhu cầu và thách thức đang thay đổi. Để đáp ứng nhu cầu thực tiễn đặt ra, hiện nay các trường đại học đang tiến tới trở thành “đại học doanh nghiệp”. Do đó, bằng cách áp dụng cách tiếp cận định tính với đánh giá tài liệu chuyên sâu, mục đích của bài báo này là hiểu được sự hình thành và phát triển của đại học doanh nghiệp, các đặc trưng của đại học doanh nghiệp. Ngoài ra, nghiên cứu này còn làm rõ tính tất yếu và thách thức của đại học doanh nghiệp trong bối cảnh nền kinh tế tri thức ở các nước đang phát triển.

TỪ KHÓA: Đại học doanh nghiệp, quản trị đại học, các nước đang phát triển, kinh tế tri thức.

→ Nhận bài 09/11/2022 → Nhận bài đã chỉnh sửa 19/12/2022 → Duyệt đăng 30/12/2022.

DOI: <https://doi.org/10.15625/2615-8957/12220301>

1. Đặt vấn đề

Trong nền kinh tế tri thức, các trường đại học phải đối mặt với những thách thức mới và những thay đổi nhanh chóng như: Tốc độ tiến bộ của công nghệ, các kỹ năng mới đáp ứng nhu cầu thị trường, sự cạnh tranh khốc liệt để thu hút sinh viên và quỹ nghiên cứu. Những thách thức thị trường trong bối cảnh nền kinh tế tri thức hiện đại được giải quyết không chỉ để đáp ứng yêu cầu về thời gian sinh viên tiếp nhận kiến thức và chuyên ngành mà còn là khả năng cạnh tranh toàn cầu của các giá trị cốt lõi của các trường đại học trong quá trình chuyển đổi của nền kinh tế quốc gia và sự hội nhập quốc tế. Do những thay đổi của xã hội, trường đại học để quản trị tốt cần phải đáp ứng và thích ứng sự thay đổi. Điều này đòi hỏi phải thay đổi tư duy và thay đổi nguyên lý quản lý, điều hành các trường đại học. Vì vậy, vấn đề đặt ra đối với hệ thống giáo dục đại học là làm thế nào để thích ứng với những thay đổi của nền kinh tế tri thức. Ở các nền kinh tế phát triển, nhiều trường đại học đã phải đối mặt với những thời điểm đầy thách thức này bằng cách tiếp cận trở thành đại học doanh nghiệp. Theo đó, các trường đại học hiện nay, đặc biệt là ở các nước đang phát triển, cần nỗ lực trở thành “trường đại học doanh nghiệp” để đáp ứng nhu cầu đang thay đổi và những thách thức phải đối mặt do các yếu tố toàn cầu hóa, hội tụ công nghệ thông tin truyền thông (ICT) và bùng nổ tri thức tác động.

Trong bối cảnh hiện nay, giáo dục sinh viên đồng nghĩa với việc cung cấp cho họ kiến thức vững chắc và một bộ kỹ năng kinh doanh, qua đó giúp họ đương đầu với những thách thức trong tương lai. Điều đó cũng có nghĩa là các trường đại học phải tạo ra những ý tưởng đổi mới và chuyển giao cho xã hội. Điều này đòi hỏi một cách tiếp cận mang tính kinh doanh. Tuy nhiên, David A. Kirby (2006) cho rằng, đây không phải là một nhiệm vụ dễ dàng, vì hầu hết các trường đại học đang hoạt động trong khu vực công và theo truyền thống, họ không được đánh giá cao cho vai trò doanh nghiệp [1]. Việc thừa nhận tình hình này đã dẫn đến những nỗ lực chung của Ủy ban Châu Âu, Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế (OECD) vốn đã phát triển một khuôn khổ cho trường đại học doanh nghiệp. Mục đích của bài viết là cung cấp cái nhìn tổng quan về khái niệm đại học doanh nghiệp. Ngoài ra, nghiên cứu này còn làm rõ các đặc trưng của đại học doanh nghiệp, tính tất yếu và thách thức của đại học doanh nghiệp trong bối cảnh nền kinh tế tri thức ở các nước đang phát triển. Chúng tôi coi những yếu tố này là điểm khởi đầu cho mỗi cơ sở giáo dục đại học để bắt đầu hành trình hướng tới trở thành một trường đại học doanh nghiệp thực sự và để tạo ra một hệ sinh thái khởi nghiệp phù hợp trong cộng đồng.

2. Nội dung nghiên cứu

2.1. Cơ sở lý thuyết

2.1.1. Sự hình thành của trường đại học

Claes (2005) mô tả sự ra đời của trường đại học là một quá trình lịch sử “phức tạp, trong đó cấu trúc, bản sắc và sứ mệnh của nó đã được điều chỉnh và tái phù hợp với những nhu cầu, cấu trúc và nguyện vọng khác nhau của những thời đại và bối cảnh khác nhau...”.

Trường đại học có nguồn gốc từ Latinh “Universalitas” nói chung dùng để chỉ một số người được liên kết thành một cơ thể, một xã hội, công ty, cộng đồng, bang hội, tập đoàn... [2]. Giống như nhiều tổ chức và bang hội khác, họ tự điều chỉnh và xác định trình độ của các thành viên [3]. Ngày nay, đại học có nghĩa là một tổ chức học tập cao hơn, nơi giảng viên và sinh viên tham gia vào quá trình giảng dạy - học tập để đạt được bằng cấp trong các lĩnh vực khác nhau. Trường đại học cũng có quyền cấp bằng cấp được thừa nhận.

Theo Harari (2014), các trường đại học đầu tiên xuất hiện ở Châu Âu vào giai đoạn phát triển thịnh vượng của thời đại nông nghiệp. Khoảng mười ngàn năm trước cuộc Cách mạng nông nghiệp đã hình thành nên các thành phố đông dân và các vương quốc hùng mạnh, đòi hỏi sự ra đời của các tôn giáo phổ quát, trật tự văn hóa và chính trị của họ và các hệ thống hoạt động nông nghiệp mới. Đồng thời, nó làm nảy sinh mối quan tâm và lo lắng chính của con người về tương lai, vì lúc này các điều kiện tài nguyên để tồn tại phụ thuộc vào hành động của con người, tri thức và trật tự công cộng [4, tr.123-125]. Đó là tiền đề để xuất hiện những trường đại học đầu tiên. Cơ sở khái niệm của một “Đại học 0.0” được hình thành trên cơ sở niềm tin rằng, bức tranh cần thiết về thế giới đã được hình thành bởi các tôn giáo thế giới tương ứng (đặc biệt là Cơ đốc giáo ở Châu Âu) và chúng ta đang nói về bổ sung kiến thức cụ thể có tính chất hữu ích nhưng thứ yếu. Đồng thời, các bang, tu viện và các nhà tài trợ tư nhân tài trợ cho các trường đại học không quá nhiều để phát triển các cơ hội mới, như để bảo tồn những cơ hội hiện có, trao tiền cho các linh mục, triết gia và nhà thơ chủ yếu là để ca ngợi phẩm hạnh của người cai trị và chính phủ, để duy trì sự ổn định xã hội [4].

Tuy nhiên, lịch sử hiện đại của các trường đại học được hình thành từ cuộc Cách mạng khoa học lần thứ ba. Francis Bacon - nhà triết học người Anh, trong bản tuyên ngôn thực tế của mình “The New Organon” (Bộ công cụ mới) đã hoạch định những tư tưởng mang tính cách mạng quan trọng: “Tri thức là sức mạnh”. Điều này cho thấy ý thức tầm quan trọng của việc tạo ra tri thức mới nhằm biến chúng thành những cơ hội mới thông qua sự tương tác hiệu quả của các trường đại học

với các thể chế kinh tế, chính trị, tôn giáo hoặc hệ tư tưởng của xã hội hiện đại [4].

Đó là một kiểu “tập đoàn tri thức” và trường học đầu tiên theo mô hình này là Đại học Berlin, được thành lập vào năm 1810 bởi Wilhelm von Humboldt, được thiết kế để tạo ra và chuyển dịch kiến thức hữu ích, đã trở thành một mô hình cổ điển không chỉ của Đức mà còn của toàn bộ “Đại học 1.0” ở Châu Âu. Sự hình thành các trường đại học tượng trưng cho việc thể chế hóa cuộc cách mạng khoa học, từ đó mở đường cho sự phát triển của phương thức tái sản xuất mở rộng tư bản chủ nghĩa. “Đại học 2.0” là thế hệ mới trong đó liên kết việc thu nhận kiến thức với một hệ thống các hoạt động để ứng dụng và phát triển chúng, nghiên cứu nhiều hơn ở Châu Âu và định hướng kinh doanh hơn ở Hoa Kỳ.

Trong những năm 60 - 80 của thế kỉ XX, quá trình quốc tế hóa hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp và các quá trình toàn cầu hóa kinh tế diễn ra sôi nổi. Trong những năm 1990, toàn cầu hóa đã trở thành nhân tố hàng đầu dẫn đến sự biến đổi của các mối quan hệ kinh tế thế giới. Dưới ảnh hưởng của nó, các khu vực và thành phố toàn cầu đang được hình thành như những đầu tàu mới của sự phát triển hậu công nghiệp. Điều này đòi hỏi những điều chỉnh năng động kịp thời trong giáo dục, và do đó - vai trò khởi xướng của Nhà nước, kích thích sự chuyển đổi thể chế của các trường đại học, giáo dục nghề nghiệp đại chúng theo định hướng kinh doanh và khả năng cạnh tranh toàn cầu. Tuy nhiên, OECD (2014) đã nhấn mạnh rằng, sự bất cập về tiềm năng đổi mới của các trường đại học là điều kiện để tính đến sự bền vững của phát triển kinh tế và nhu cầu tìm kiếm các triển vọng mới trở nên rõ ràng [5]. Hơn nữa, chúng ta phải tính đến, các trường đại học nghiên cứu không có độc quyền trong việc tạo ra tri thức công nghệ cao mới, vì chúng bị phân tán trong một số lượng lớn các doanh nghiệp sáng tạo nhỏ. Nhu cầu đổi mới giáo dục đã hiện thực hóa vấn đề về một kiểu “Đại học 3.0” khởi nghiệp hiệu quả và một nền tảng chuỗi khối kỹ thuật số có khả năng củng cố kiến thức phân tán như vậy [6].

Cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư đã tạo ra một sự thay đổi chưa từng thấy như Schwab. K (2016) đã chỉ rõ: “Cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư” (4IR) kỹ thuật số, “Rộng hơn nhiều... và về cơ bản khác với các cuộc cách mạng trước”, “Bản chất cơ bản và toàn cầu của cuộc cách mạng này có nghĩa là nó sẽ ảnh hưởng và bị ảnh hưởng bởi tất cả các quốc gia, nền kinh tế, các lĩnh vực và con người” [7]. Không giống như trước đó, 4IR phát triển theo cấp số nhân chứ không phải tuyến tính. Tất cả “những thay đổi đáng kể” này có nghĩa là “lời mời phản ánh về con người chúng ta và cách chúng ta nhìn thế giới” [6].

2.1.2. Sự hình thành đại học doanh nghiệp

Etzkowitz (2003) cho rằng, đã có một sự phát triển lâu dài về học thuật từ đại học giảng dạy sang đại học nghiên cứu (cuộc Cách mạng học thuật đầu tiên) và sau đó từ đại học nghiên cứu sang đại học doanh nhân (cuộc cách mạng học thuật thứ hai) [8, tr.317]. Vấn đề bức thiết của các trường đại học trong thế kỉ XXI phải trở thành doanh nghiệp và thay đổi tư duy không chỉ của sinh viên mà còn của cả nhân viên, giảng viên, nhà nghiên cứu. Subotzky (1999) cho rằng, các trường đại học bị ảnh hưởng bởi hai khuynh hướng lớn: 1) Các trường đại học chịu áp lực định hướng thị trường và phản ứng với những thay đổi nhanh chóng của môi trường; 2) Các trường đại học nên hoạt động vì lợi ích của xã hội, thúc đẩy công bằng xã hội và đáp ứng các nhu cầu của cộng đồng [9].

Theo Thorp và Goldstein (2010), có năm xu hướng thúc đẩy sự hình thành của đại học doanh nghiệp, đó là: 1) Để giải quyết vấn đề phức tạp của thế kỉ XXI, điều cần thiết là nguồn lực khổng lồ và các phương pháp tiếp cận phi truyền thống; 2) Các công cụ dựa trên thông tin được sử dụng bởi các cá nhân phá hủy các thể chế quan liêu lớn và trao quyền cho những người có bộ óc kinh doanh; 3) Sinh viên thế hệ Millennials với tư duy khác biệt thúc đẩy các trường đại học đổi mới; 4) Các nguồn vốn truyền thống giảm và vốn của nhà tài trợ cần và có thể được giải quyết bằng cách tiếp cận kinh doanh; 5) Để giải quyết các vấn đề toàn cầu, cần phải giải quyết vấn đề mới trên cơ sở kết hợp tính hợp lí truyền thống với các giải pháp sáng tạo cần cho tư duy kinh doanh [10].

Slaughter và các cộng sự (1997) cho rằng, chủ nghĩa tư bản học thuật được định nghĩa là định hướng thị trường về thể chế và nghề nghiệp của trường đại học hoặc những nỗ lực thị trường để đảm bảo nguồn thu bên ngoài tại trường đại học [11, tr.8]. Bok (2003), khi viết về thương mại hóa giáo dục đại học đã nhấn mạnh những nỗ lực của một trường đại học trong việc tạo ra lợi nhuận từ việc giảng dạy, nghiên cứu và các hoạt động khác của trường đại học [12, tr.3]. Etzkowitz và cộng sự (2000) trong bài báo về mối quan hệ giữa ngành Công nghiệp và trường đại học trong nghiên cứu được thực hiện trong khoa học tự nhiên sử dụng từ “thương mại hóa”, mô tả những nỗ lực tận dụng kiến thức bằng cách tạo ra sự tương tác giữa thế giới học thuật, ngành công nghiệp và các cơ quan hành chính nhà nước [13]. Brint (2000) nói về “chủ nghĩa kinh doanh” trong giáo dục đại học và định nghĩa nó là “nỗ lực của trường đại học và nhân viên trong việc tận dụng các khám phá nghiên cứu” [14, tr.246].

2.2. Khái niệm và đặc điểm đại học doanh nghiệp

2.2.1. Khái niệm đại học doanh nghiệp

Đại học doanh nghiệp trở thành chủ đề ngày càng

thu hút đối với các nhà nghiên cứu trong những năm gần đây. Nhiều nhà nghiên cứu đã tìm hiểu khái niệm về đại học doanh nghiệp và người ta có thể nhận thấy rằng, không có sự đồng thuận về mặt này. Năm 2006, Guerrero - Cano, Kirby và Urbano đã thực hiện một nghiên cứu đánh giá tài liệu và đưa ra một danh sách các định nghĩa có liên quan về trường đại học doanh nghiệp:

Định nghĩa của Burton R. Clark (1998): Trường đại học doanh nghiệp tự mình tìm cách đổi mới cách thức hoạt động kinh doanh. Nó tìm cách tạo ra một sự thay đổi đáng kể về đặc điểm tổ chức để đi đến một vị thế hứa hẹn hơn cho tương lai. Các trường đại học doanh nghiệp đang tìm cách trở thành các trường đại học “đứng vững” có vai trò quan trọng trong điều kiện riêng của họ [15].

Jochen Röpke (1998) định nghĩa: Một trường đại học kinh doanh có thể có ba nghĩa: Bản thân trường đại học, với tư cách là một tổ chức, trở thành doanh nghiệp; Các thành viên của trường đại học - giảng viên, sinh viên, nhân viên - bằng cách nào đó đang biến mình thành doanh nhân; Sự tương tác của trường đại học với môi trường, “khớp nối cấu trúc” giữa trường đại học và khu vực, tuân theo mô hình kinh doanh [16].

George Subotzky (1999) định nghĩa: Trường đại học doanh nghiệp được đặc trưng bởi các mối quan hệ đối tác giữa trường đại học và doanh nghiệp chặt chẽ hơn, bởi trách nhiệm của giảng viên cao hơn trong việc tiếp cận các nguồn tài trợ bên ngoài và bởi đặc tính quản lí trong quản trị thể chế, lãnh đạo và lập kế hoạch [9].

Ngoài ra, còn một số định nghĩa hẹp nhưng nổi bật quan điểm kinh doanh của trường đại học. Các định nghĩa tập trung chủ yếu vào một khía cạnh của trường đại học doanh nghiệp - chuyển giao công nghệ hoặc tạo ra các liên doanh mới.

Henry Etzkowitz (2003) định nghĩa: Trường đại học doanh nghiệp là một vườn ươm tự nhiên, cung cấp các cấu trúc hỗ trợ cho giảng viên và sinh viên để bắt đầu các hoạt động kinh doanh mới: Trí tuệ, thương mại và liên kết [8].

Theo Bercovitz và Feldmann (2006): Trường đại học doanh nghiệp đang xác định lại vai trò truyền thống của trường đại học - giảng dạy và nghiên cứu - như một người tạo ra tri thức thông qua nghiên cứu cơ bản và ứng dụng, một tác nhân chuyển giao công nghệ và một yếu tố quyết định sự phát triển kinh tế.

Neeta Baporikar (2019) đã định nghĩa trường đại học doanh nhân: Là một tổ chức liên quan đến giáo dục đại học mang tính sáng tạo, đổi mới và hòa nhập để thúc đẩy việc tạo ra tri thức mới cả về ứng dụng và lí thuyết, đồng thời có khả năng chuyển giao tri thức thông qua nghiên cứu và công nghệ để đáp ứng thị trường nhu cầu và giải quyết các vấn đề xã hội... [17].

Như vậy, khái niệm về trường đại học doanh nghiệp được tiếp cận khá phong phú đa dạng. Tuy nhiên, Neeta Baporikar (2019) khẳng định rằng, xem xét những thách thức của thế kỉ XXI mà các trường đại học phải đối mặt cần có một định nghĩa toàn diện về trường đại học khởi nghiệp. Tư duy kinh doanh nên hiện diện ở cấp độ tổ chức trong việc thiết kế lại cách các trường đại học hoạt động trong nội bộ và trong mối quan hệ với tất cả các bên liên quan của nó. Tuy nhiên, điều quan trọng hơn là việc khắc sâu tư duy khởi nghiệp trong sinh viên để họ có khả năng đưa ra giải pháp cho những thách thức mà họ sẽ phải đối mặt. Do đó, cần phải nhận diện được những đặc điểm của đại học doanh nghiệp.

2.2.2. Đặc điểm của đại học doanh nghiệp

Từ năm 1998, khi Burton Clark đưa ra thuật ngữ đại học doanh nghiệp, trong nhiều công trình nghiên cứu điển hình cụ thể của Clark về các trường đại học doanh nghiệp mà ông đã thực hiện trong những năm 1990 đã xác định năm yếu tố của hành vi kinh doanh mà các trường đại học đã chuyển đổi sang đại học doanh nghiệp. Cách tiếp cận năm yếu tố này đã trở thành tiêu chuẩn về đặc điểm tham chiếu trong tài liệu về đại học doanh nghiệp. Các yếu tố được Clark (1998) xác định là: 1) Một trung tâm cốt lõi chỉ đạo để điều hành các nhóm quản lí và học giả; 2) Một vùng ngoại vi phát triển mở rộng để các đơn vị của trường có thể hoạt động ngoài các lĩnh vực truyền thống trong trường đại học; 3) Đa dạng về cơ sở tài trợ, không chỉ bằng cách sử dụng nguồn tài trợ dòng thứ ba của chính phủ mà từ nhiều nguồn khác nhau; 4) Một trung tâm học thuật được khuyến khích với các học giả quan tâm đến tinh thần kinh doanh; 5) Một nền văn hóa kinh doanh tổng hợp được xác định theo cam kết chung để thay đổi. Mức độ mà văn hóa doanh nghiệp được thể hiện trong tổ chức sẽ phụ thuộc vào mức độ mà các tác nhân trong và xung quanh trường đại học hành xử phù hợp với các giá trị và niềm tin của doanh nghiệp. Nói cách khác, các thuộc tính của tổ chức được đại diện bởi cấu trúc, nguồn lực và chiến lược sẽ được xác định ở cấp độ cơ bản nhất bởi thái độ văn hóa xã hội của doanh nghiệp và của các bên liên quan trong trường đại học.

Theo Etzkowitz (2008), các trường đại học doanh nghiệp có thể được đặc trưng bởi bốn trụ cột. Đầu tiên là lãnh đạo học thuật. Đây yêu cầu để hình thành và thực hiện tầm nhìn chiến lược của trường đại học. Thứ hai, cần có sự kiểm soát hợp pháp đối với các nguồn tài nguyên học thuật. Thứ ba, trường đại học cần có năng lực tổ chức để chuyển giao công nghệ thông qua nhiều phương thức khác nhau, chẳng hạn như cấp bằng sáng chế, cấp phép và chuyển giao công nghệ. Thứ tư, trường đại học doanh nghiệp yêu cầu yếu tố kinh doanh giữa các quản trị viên, các khoa và sinh viên [18].

Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế OECD (2012),

đã đưa ra một khung gồm bảy yếu tố điển hình cho một đại học doanh nghiệp: Lãnh đạo và Quản trị; Năng lực tổ chức, con người và chính sách khuyến khích; Phát triển tinh thần doanh nhân trong giảng dạy và học tập; Con đường cho doanh nhân; Trường đại học - doanh nghiệp/ các mối quan hệ đối ngoại để trao đổi kiến thức; Trường đại học, doanh nghiệp như một tổ chức quốc tế hóa; Đo lường tác động của trường đại học doanh nghiệp [19].

Tuy nhiên, OECD khẳng định rằng: Những tuyên bố này có thể là yếu tố đặc trưng của trường đại học doanh nghiệp. Là một công cụ tự đánh giá, khung có mục đích đơn giản là giúp các trường đại học xác định tình hình hiện tại và các lĩnh vực hoạt động tiềm năng của họ, có tính đến môi trường địa phương và quốc gia. Đây không phải là một công cụ đo điểm chuẩn, nó là dành cho các trường đại học cá nhân để xác định điểm mạnh, điểm yếu của mình và tìm ra những hướng đi phía trước.

2.3. Đại học doanh nghiệp ở các nước đang phát triển trong nền kinh tế tri thức

2.3.1. Tính tất yếu của đại học doanh nghiệp ở các nước đang phát triển trong nền kinh tế tri thức

Theo Etzkowitz và các cộng sự (2000), các trường đại học đang ngày càng chuyển từ vai trò chính truyền thống là nhà cung cấp giáo dục và người sáng tạo kiến thức khoa học sang một mô hình đại học phức tạp hơn. Đó là “doanh nghiệp” kết hợp vai trò bổ sung thương mại hóa tri thức và đóng góp tích cực vào sự phát triển của các doanh nghiệp tư nhân trong nền kinh tế địa phương và khu vực. Yêu cầu chuyển từ mô hình đại học truyền thống sang mô hình “đại học doanh nghiệp” cấp bách hơn trong bối cảnh của các nước đang phát triển, bởi vì:

Thứ nhất, các trường đại học ở hầu hết các nước đang phát triển là các cơ sở tương đối trẻ hơn so với các trường đại học ở các nền kinh tế phát triển và thường là các trường công lập. Các cán bộ, giảng viên và các nhà quản trị đại học thường là những người được chính phủ bổ nhiệm, có nhiệm vụ thực hiện các chính sách của chính phủ. Như vậy, họ có xu hướng có ít quyền tự chủ hơn nhiều so với các trường đại học tư nhân.

Thứ hai, với tư cách là người đi sau, các nền kinh tế đang phát triển theo truyền thống đã chú trọng nhiều hơn vào việc tiếp thu và truyền bá kiến thức công nghệ từ các nước tiên tiến hơn là vào sự đổi mới bản địa. Do đó, các trường đại học trong các nước đang phát triển cũng có xu hướng được chính phủ giao nhiệm vụ tập trung mạnh mẽ vào vai trò phát triển nhân lực của họ thông qua việc đồng hóa công nghệ và kiến thức nước ngoài mà ít chú trọng hơn vào việc tạo ra tri thức mới thông qua các hoạt động nghiên cứu bản địa.

Thứ ba, việc chuyển đổi sang nền kinh tế dựa trên tri thức, thay vì dựa vào tiền lương thấp và lợi thế tài nguyên thiên nhiên, đòi hỏi sự gia tăng đáng kể năng

lực bản địa của các doanh nghiệp địa phương để tạo ra và thương mại hóa tri thức mới chứ không chỉ sử dụng tri thức nhập khẩu từ các nước tiên tiến. Tuy nhiên, nhiều doanh nghiệp tư nhân địa phương đã phát triển trong giai đoạn công nghiệp hóa trước đó vẫn có xu hướng đi sau hơn là dẫn đầu trong việc tham gia vào các hoạt động nghiên cứu, phát triển (R&D) và đổi mới. Do đó, so với các đối tác phát triển hơn về công nghệ tại các nền kinh tế tiên tiến, các doanh nghiệp địa phương ở các nước đang phát triển thường có ít kinh nghiệm hơn và khả năng thương mại hóa kiến thức được tạo ra từ các trường đại học địa phương thấp hơn.

Ba yếu tố trên cùng với sự kiểm soát quan liêu chặt chẽ hơn của nhà nước, cơ sở nghiên cứu và đầu ra sáng chế từ trường đại học thấp hơn, nhu cầu và khả năng thương mại hóa tri thức đại học của các doanh nghiệp tư nhân thấp hơn trở thành yếu tố “trói buộc” đối với các trường đại học trong các nước đang phát triển. Có thể nói, các trường đại học này thậm chí còn cấp bách hơn trong việc đảm nhận vai trò tự chủ “doanh nghiệp” hơn các trường đại học ở các nền kinh tế tiên tiến, để bù đắp cho những điều kiện ban đầu kém thuận lợi hơn.

2.3.2. Một số thách thức của đại học doanh nghiệp ở các nước đang phát triển trong nền kinh tế tri thức

Thứ nhất, thách thức của vấn đề thương mại hóa và ươm tạo. Thương mại hóa tác động tới học thuật vì nó tạo nên sự công nhận ngay và có thể đo lường được của thị trường đối với đầu ra của nghiên cứu học thuật. Để hỗ trợ thương mại hóa, các trường đại học phải thành lập trung tâm nghiên cứu, văn phòng chuyển giao công nghệ và vườn ươm. Điều này khiến cho các trường đại học doanh nghiệp phải đối mặt với các thách thức về giải pháp không gian văn phòng, dịch vụ kinh doanh, hỗ trợ xây dựng mạng lưới, hỗ trợ kinh doanh chuyên nghiệp và tài chính.

Thứ hai, khả năng cạnh tranh ngày càng tăng do giáo dục trực tuyến. Các cơ sở đào tạo từ xa và đại học mở trên toàn cầu hiện đang trải qua một thời kỳ thịnh vượng chưa từng có. Do đó, so với các trường đại học tham gia đào tạo từ xa và mở, các trường đại học doanh nghiệp phải khám phá vị thế, lợi thế của mình trong lĩnh vực này của thị trường giáo dục là một vấn đề cấp thiết.

Thứ ba, hợp tác doanh nghiệp. Áp lực tài trợ buộc các trường đại học phải cam kết mang đến các nguồn lực tốt hơn cho doanh nghiệp. Trường đại học cần nỗ lực xây dựng và củng cố mạng lưới để tối đa hóa nguồn lực và kinh nghiệm thực hành tốt vì danh tiếng của trường đối với doanh nghiệp.

Thứ tư, thách thức đổi mới. Các trường đại học là một nguồn kiến thức quan trọng và cung cấp cơ sở cho sự đổi mới trong các doanh nghiệp. Đổi mới có thể giúp tạo sự khác biệt cho sản phẩm cũng như nâng cao vị thế cạnh tranh của chúng trên thị trường. Đổi mới và kiến

thức là những yếu tố chính ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của các trường đại học. Do đó, các trường đại học phải không ngừng đổi mới phát triển chương trình mới, các hình thức quan hệ mới của các bên liên quan, phát triển mới trong quan hệ với cựu sinh viên, cách tiếp cận mới để nghiên cứu, phát triển mới trong nghiên cứu và thiết kế tổ chức và quản trị.

Thứ năm, cơ chế hoạt động tự chủ đại học. Đối với các trường đại học doanh nghiệp, một mặt với sự phát triển đa dạng của kinh tế, xã hội địa phương và sự phân hóa của nhu cầu thì các vấn đề về hợp tác giữa các bên liên quan, nền tảng mở và linh hoạt, công nhận kết quả học tập và đảm bảo chất lượng có thể liên quan đến những đột phá, đổi mới trong hệ thống và cơ chế giáo dục hiện thời. Mặt khác, điều đó sẽ gặp phải những vướng mắc về chính sách trong phạm vi của các trường đại học công lập.

Thứ sáu, nghiên cứu và phát triển. Trong kỉ nguyên số, hoạt động đổi mới của bất kì tổ chức nào cũng gắn liền với năng lực nghiên cứu và phát triển (R&D). Việc xuất bản, tham gia các hội nghị và nghiên cứu hợp tác của các trường đại học phải điều chỉnh theo nhu cầu cụ thể của doanh nghiệp.

Thứ bảy, các bên liên quan. Hệ sinh thái của một đại học doanh nghiệp bao gồm cả các bên liên quan bên trong và bên ngoài, nhiều cá nhân, tổ chức, thể chế, đại diện của chính phủ, thương mại và cộng đồng rộng lớn hơn. Việc lựa chọn đối tác phụ thuộc vào các đặc điểm cụ thể của doanh nghiệp, chiến lược, mục tiêu, nỗ lực đổi mới và các chi phí liên quan nhưng các bên liên quan chính vẫn là sinh viên, cán bộ giảng dạy và nghiên cứu, các nhà quản lí có liên quan trực tiếp đến trường đại học. Các bên liên quan thứ cấp bao gồm phụ huynh, cựu sinh viên, doanh nhân và nhà tuyển dụng tương lai. Các bên liên quan cấp ba bao gồm đại diện từ chính phủ, doanh nghiệp và cộng đồng rộng lớn hơn. Do đó, các trường đại học doanh nghiệp cần phải có sự vận hành kết nối với tất cả các bên liên quan.

Thứ tám, sự đa dạng về văn hóa trong môi trường toàn cầu. Các yếu tố phân biệt các trường đại học quốc tế hàng đầu với các đối thủ cạnh tranh là sự hiện diện của một lượng lớn giáo viên, nhà nghiên cứu, sinh viên tài năng và ngân sách lớn đến từ nhiều quốc gia khác nhau. Điều này buộc các trường đại học phải tạo ra một sự đa dạng trong văn hóa tổ chức để có thể thu hút và sử dụng tốt các nguồn lực hợp tác quốc tế.

Thứ chín, đảm bảo chất lượng. Các trường đại học doanh nghiệp phải đối mặt một khoảng cách đáng kể giữa các trường đại học về giảng viên, môn học và chất lượng giảng dạy. Những điều này cần được xem xét và tiêu chuẩn hóa. Do đó, việc kiểm định và đảm bảo chất lượng sẽ rất quan trọng nếu các trường đại học doanh nghiệp phải đứng trước thử thách của thời gian, phát triển, đóng góp và bền vững để tạo ra sự tăng trưởng và đổi mới cho các nền kinh tế như dự kiến.

3. Kết luận và kiến nghị

Trong thời đại toàn cầu hóa, sự trỗi dậy của nền kinh tế dựa trên tri thức, công nghệ thông tin và khả năng cạnh tranh toàn cầu đã mở rộng và thay đổi vai trò của các trường đại học từ nhiệm vụ ban đầu là phân phối tri thức thông qua giáo dục theo hướng chuyển giao tri thức sang khai thác tri thức để đổi mới. Nhu cầu như vậy ngày càng gia tăng trong thế giới toàn cầu hóa đã khiến các trường đại học trên toàn thế giới nói chung và các nước đang phát triển nói riêng phải trải qua những thay đổi đáng kể bằng cách áp dụng những đổi mới về tổ chức, tương ứng với khái niệm này về trường đại học doanh nghiệp. Bài viết thảo luận về sự phát triển của mô hình đại học doanh nghiệp, về tính tất yếu và thách thức của mô hình này đối với các nước đang phát triển trong nền kinh tế tri thức. Ngoài ra, bài viết cũng đã đề cập đến những yếu tố khuôn khổ đặc trưng để chuyển đổi một trường đại học thực sự có tinh thần kinh doanh. Để điều này xảy ra, quyền tự chủ với trách nhiệm giải trình là rất quan trọng và một bộ máy quản trị nhạy cảm với môi trường mà nó hoạt động là điều cần thiết. Để đạt được sự xuất sắc và đảm bảo đóng góp đáng kể vào vai trò được mong đợi trong một nền kinh tế tri thức, mỗi trường đại học cần vạch ra con đường riêng của mình để chuyển đổi thành trường đại học doanh nghiệp tùy thuộc vào vị trí địa lý và tình hình đặc thù của riêng mình.

Trong bối cảnh của Việt Nam, chúng tôi đề xuất sự cần thiết của hệ thống đại học tự chủ để đảm nhận thêm vai trò kinh tế là sự thu hút của tài nguyên nước ngoài. Với điều kiện của Việt Nam, cần có khả năng khai thác các tài năng nước ngoài hàng đầu để giúp nguồn nhân lực có kiến thức chuyên môn cần thiết trong nền kinh tế tri thức. Với cơ hội việc làm và quỹ đạo sự nghiệp ổn định không còn được đảm bảo trong nền kinh tế toàn cầu ngày càng cạnh tranh trong thiên niên kỷ mới, các trường đại học ở Việt Nam cần khẩn trương định hướng lại kì vọng của sinh viên về thị trường việc làm và chuẩn bị cho họ có tư duy kinh doanh tốt hơn. Tóm lại, về mặt lý thuyết, chúng tôi đã khảo sát mô hình đại học “doanh nghiệp” để kết hợp một số vai trò mới nổi mà trường đại học cần để đóng góp hiệu quả vào quá trình chuyển đổi sang nền kinh tế dựa trên tri thức. Nói chung, những vai trò mới này đòi hỏi phải cải cách và chuyển đổi đáng kể cấu trúc và hệ thống khuyến khích của hệ thống đại học truyền thống. Mặc dù các tài liệu mới đề cập về mô hình trường đại học khởi nghiệp đã nêu bật nhiều đặc điểm mới có thể có mà các trường đại học cần thực hiện, nhưng vẫn chưa có nhiều nghiên cứu thực nghiệm được thực hiện về mức độ lan tỏa của những đặc điểm này trên thực tế, những thay đổi trong khu vực có thể được mong đợi và tác động những thay đổi này đối với kết quả hoạt động của trường đại học. Đặc biệt, có rất ít nghiên cứu thực nghiệm hướng tới mô hình “đại học doanh nghiệp” về cách thức hoạt động của mô hình đại học “doanh nghiệp” trong bối cảnh Việt Nam.

Trên cơ sở của những vấn đề đã trình bày trong bài viết này, các trường đại học có trách nhiệm tập trung năng lực đào tạo theo nhu cầu của nền kinh tế và xã hội. Đây luôn phải là mục tiêu chính với nhu cầu lớn hơn trong bối cảnh nền kinh tế tri thức dựa trên hệ sinh thái mới. Để tiếp tục phát triển mô hình đại học doanh nghiệp có thể áp dụng ở Việt Nam, chúng tôi có một số kiến nghị như sau:

Đối với các khoa, viện, phòng ban bao gồm cán bộ giảng viên, những người tạo nên cốt lõi của trường đại học doanh nghiệp phải điều chỉnh chương trình giảng dạy và danh mục nghiên cứu để tạo ra các kết quả phù hợp với chuẩn đầu ra. Đây là một lĩnh vực vốn đã đe dọa đến quyền tự do học thuật của các khoa và đòi hỏi phải thay đổi quy trình phát triển danh mục nghiên cứu, chương trình giảng dạy. Các biện pháp cân cân bằng giữa tự do trí tuệ với việc nghiên cứu ứng dụng để đảm bảo hoạt động bền vững của trường đại học. Để phát triển và duy trì hiệu suất và thương hiệu của trường đại học, cần phải có sự hiểu biết về trường đại học doanh nghiệp, tam giác tri thức và tư duy “vòng xoắn ba” (Triple Helix) gồm nhà trường - doanh nghiệp - nhà nước. Điều này có thể giúp các khoa và giảng viên hình thành câu trả lời cho các yêu cầu bên ngoài và chuẩn bị các sáng kiến chiến lược để thúc đẩy sự xuất sắc trong khi duy trì tự do học thuật trong các lĩnh vực của mình.

Đối với các nhà quản trị: Quản lý đại học ở tất cả các cấp thường gặp thách thức bởi các bên liên quan, cụ thể là các nhà tài chính của trường đại học, để thích ứng với vòng xoắn ba và tam giác tri thức, chuyển sang mô hình đại học doanh nghiệp. Đối với quản lý cấp cao phải có sự hiểu biết chung và theo dõi cảnh về những khái niệm này để giúp họ có thể ứng phó với những thách thức vì lợi ích của trường đại học. Đối với quản lý cấp trung cũng cần nắm được tri thức này vì chính họ là người chuyển đổi các quyết định chiến lược của quản lý cấp cao thành hành động. Do đó, với sự hiểu biết sâu sắc hơn, họ có thể cung cấp một quá trình triển khai có mục tiêu và suôn sẻ.

Đối với hội đồng trường đại học: Hội đồng trường đại học góp phần vào định hướng lâu dài của nhà trường. Do đó, các thành viên hội đồng trường cần phải hiểu tác động của các quyết định của họ và cách những quyết định này có thể định hình mô hình đại học doanh nghiệp của trường.

Đối với các doanh nghiệp tài trợ: Phải tìm hiểu về chức năng tổng thể và vai trò ngày càng tăng của các trường đại học doanh nghiệp, khi thiết kế các chương trình tài trợ và phân bổ hỗ trợ. Điều này phục vụ hiệu quả cho việc thiết lập các ưu tiên tài trợ, đánh giá các đơn xin tài trợ và thiết kế các thủ tục báo cáo và đánh giá. Khi họ điều hành các quỹ công, các cơ quan như vậy ảnh hưởng gián tiếp đến việc lựa chọn chủ đề của các ứng dụng.

Tài liệu tham khảo

- [1] Kirby, D. A, (2006), *Creating Entrepreneurial Universities in the UK: Applying Entrepreneurship Theory to Practice*, The Journal of Technology Transfer, 31(5), p.599–603, DOI:10.1007/s10961-006-9061-4.
- [2] Lewis, C. T, Short, C, (1966), *A Latin Dictionary*, Oxford: Clarendon Press.
- [3] Colish, M. L, (1997), *Medieval Foundations of the Western Intellectual Tradition, 400-1400*, New Haven: Yale Univ. Press.
- [4] Harari, Y.N, (2014), *Sapiens: A Brief History of Humankind*, UK: Signal Books.
- [5] OECD, (2014), *Measuring Innovations in Education: A New Perspective*, ORCD Report. Paris: OECD Publishing, DOI: 10.1787/9789264215696-en.
- [6] OECD, (2017), *Innovating Education and Educating Innovation. The power of digital technologies and skills*, Paris: OECD Publishing, <https://doi.org/10.1787/20769679>.
- [7] Schwab, K, (2016), *The Fourth Industrial Revolution*, Switzerland: World Economic Forum.
- [8] Etzkowitz, H, (2003), *Research groups as “quasi-firms”: the invention of the entrepreneurial university*, Research Policy, 32(1), 109–121, DOI:10.1016/s0048-7333(02)00009-4.
- [9] Subotzky, G, (1999), *Alternatives to the Entrepreneurial University: New Modes of Knowledge Production in Community Service Programs*, Higher Education, 38(4), p.401-440.
- [10] Thorp, H., Goldstein, B, (2010), *Engines of Innovation: The Entrepreneurial University in the Twenty-First Century* (1st ed.), USA: The University of North Carolina Press.
- [11] Slaughter, S., Leslie, L. L, (1997), *Academic Capitalism: Politics, Policies, and the Entrepreneurial University*, Baltimore: The Johns Hopkins University Press.
- [12] Bok, D, (2003), *Universities in the Marketplace: The Commercialization of Higher Education*, New Jersey: Princeton University Press.
- [13] Etzkowitz, H., Webster, A., Gebhart, C., & Terra, B. R. C, (2000), *The future of the university and the university of the future: Evolution of ivory tower to entrepreneurial paradigm*, Research Policy, 29(2), p.313–330, [https://doi.org/10.1016/s0048-7333\(99\)00069-4](https://doi.org/10.1016/s0048-7333(99)00069-4).
- [14] Brint, S, (2000), *Higher Education in Borgatta, E.F and Montgomery, R. J. (Eds), Encyclopedia of Sociology*, pp.1178 – 1186, New York: Macmillan Reference USA.
- [15] Clark, B. R, (1998), *Creating entrepreneurial universities*, Oxford: Pergamon.
- [16] Röpke, J, (1998), *The Entrepreneurial University, Innovation, academic knowledge creation and regional development in a globalized economy*, Working Paper Department of Economics, Philipps- Universität Marburg, Germany: 15.
- [17] Baporikar, N, (2019), *Significance and Role of Entrepreneurial University in Emerging Economies*, International Journal of Applied Management Sciences and Engineering, 6(1), p.46-61, DOI: 0.4018/IJAMSE.2019010104.
- [18] Etzkowitz, H, (2008), *The triple helix: University-industry-government innovation in action*, New York: Routledge.
- [19] Ec-OECD, A, (2012), *Guiding Framework for Entrepreneurial Universities*, European Commission, p.1.

ENTREPRENEURIAL UNIVERSITIES - THE TREND OF UNIVERSITY GOVERNANCE OF DEVELOPING COUNTRIES IN THE KNOWLEDGE ECONOMY

Tran Thi Thao¹, Tran Thi Chu^{*2}

¹ Email: thaott@uef.edu.vn

* Corresponding author

² Email: chutt@uef.edu.vn

Ho Chi Minh City University of Economics and Finance
145 Dien Bien Phu, Ward 15, Binh Thanh district,
Ho Chi Minh City, Vietnam

ABSTRACT: *The knowledge economy and the higher education system are facing the challenges of both market and innovation. Appropriate responses to these challenges are being developed not only in universities and research institutions but also in many businesses, which motivates universities and businesses to look for new institutional forms of innovation and educational innovation. To meet changing needs and challenges, universities are increasingly transforming into “entrepreneurial universities”. As a result, the purpose of this paper is to understand the formation and development of corporate universities, as well as the characteristics of entrepreneurial universities, using a qualitative approach and an extensive literature review. Furthermore, this study clarifies the necessity and challenges of entrepreneurial universities in the context of developing countries in knowledge economies.*

KEYWORDS: Entrepreneurial universities, university governance, the developing countries, knowledge economies.