

# XÂY DỰNG CƠ CHẾ BA NHÀ TRONG HỢP TÁC, ĐỐI TÁC NGHIÊN CỨU KHOA HỌC Ở TRƯỜNG ĐẠI HỌC SÂN KHẤU - ĐIỆN ẢNH HÀ NỘI

PHẠM ĐẮC THỊ\*  
LẠI THỊ THANH BÌNH\*

**Tóm tắt:** Cơ chế đặt hàng đề tài nghiên cứu khoa học (NCKH) và giải pháp đầu ra cho các sản phẩm khoa học là một nội dung của việc xây dựng cơ chế ba nhà: nhà quản lý - nhà trường - nhà đầu tư (nhà hát, nhà đài, doanh nghiệp, v.v.) trong hợp tác, đối tác nghiên cứu ở Trường Đại học Sân khấu - Điện ảnh Hà Nội. Việc đưa ra cơ chế đặt hàng và giải pháp đầu ra cho các sản phẩm nghiên cứu khoa học trong môi trường nghệ thuật là xu thế tất yếu trong bối cảnh vận dụng và phát triển khoa học công nghệ, đổi mới sáng tạo (ĐMST) và chuyển đổi số quốc gia (CĐSQG). Cơ chế này vừa là hướng khắc phục hạn chế sau kiểm định của đoàn đánh giá ngoài về nội dung hợp tác (HT), đối tác nghiên cứu khoa học (ĐTNC), vừa góp phần nâng cao chất lượng đào tạo, NCKH và ĐMST trong bối cảnh phát triển ngành công nghiệp văn hóa.

**Từ khóa:** cơ chế đặt hàng, giải pháp đầu ra, sản phẩm NCKH, chất lượng đào tạo, NCKH và ĐMST.

**Abstract:** The structure to commission a work of scientific research and how to use the output of scientific researches is one of the issues in building the three-source structure (the three sources are manager - academy - investor) of the Hanoi Academy of Theater and Cinema. This is inevitable in the age of utilizing and developing scientific technologies, innovations, and national digitalization. This structure will serve as both a remedy for certain limitations pointed out by the assessment team during the accreditation process and a contribution to improve the quality of education, research, and innovation in developing the cultural industry.

**Keywords:** commission, output, scientific research, quality of education, innovation



## ĐẶT VẤN ĐỀ

Khoa học công nghệ có phát triển đến đâu thì cũng xuất phát từ nhu cầu của con người, là sản phẩm của con người và mục đích cuối cùng là quay trở về phục vụ cho con người. Thực tế cho thấy, việc đặt hàng trong NCKH và các

giải pháp đầu ra cho sản phẩm nghiên cứu khoa học (NCKH) ở các trường đại học còn khiêm tốn. Theo thống kê, trên 10% sản phẩm nghiên cứu của các trường được ứng dụng hiệu quả vào sản xuất, kinh doanh. Hơn 80% sản phẩm nghiên cứu có tính thực tiễn cao nhưng không

thể chuyên giao do chưa xây dựng được cơ chế phù hợp. Tình trạng các doanh nghiệp phải tìm kiếm, mua sản phẩm NCKH của nước ngoài với giá cao tương đối phổ biến, tạo nên hiện tượng lãng phí tài chính, nguồn lực và chất xám.

Báo cáo đánh giá ngoài của Trung tâm Kiểm định chất lượng giáo dục thuộc Đại học Quốc gia Hà Nội về Trường Đại học - Sân khấu Điện ảnh Hà Nội ở nội dung 20. mục 3.2 “Tóm tắt những khuyến nghị cải tiến chất lượng của Nhà trường” kết luận: “Nhà trường cần xây dựng chiến lược, chính sách, quy định và kế hoạch chuyên đề tập trung vào hoạt động hợp tác và đối tác của trường theo mô hình ba nhà. Cần xây dựng hệ thống chuyên nghiệp quản lý, lập kế hoạch, thực hiện, giám sát, hướng dẫn, hỗ trợ, đầu tư phát triển hoạt động HT và DTNC và hoạt động hợp tác và đối tác sáng tạo nghệ thuật, ĐMST SKĐA theo mô hình kết hợp nhà nghiên cứu - nhà giáo nhà nghệ sỹ, nhà sáng tạo, nhà biểu diễn SKĐA. Cần xây dựng chính sách chuyên đề, KPIs chuyên sâu và quy trình chuyên nghiệp để thúc đẩy hợp tác và đối tác nghiên cứu gắn kết với đào tạo và ứng dụng thực tiễn; cần xây dựng chính sách, quy định và tăng các nguồn lực bao gồm nhân sự chuyên nghiệp và nguồn tài chính cần thiết để đo lường, đánh giá, đối sánh và cải tiến tính hiệu quả của hoạt động hợp tác và đối tác nghiên cứu của trường. Cần xây dựng và thực hiện chiến lược tìm kiếm, thu hút các nguồn lực bao gồm cả nhân lực và nguồn tài chính và chuyển đổi số để triển khai thực hiện, rà soát tính hiệu quả và cải thiện hoạt động hợp tác và đối tác của trường bảo đảm đáp ứng yêu cầu phát triển của Trường trong bối cảnh chuyển đổi số và hội nhập thế giới”<sup>(1)</sup>

Những đánh giá trên buộc chúng ta nghiêm túc nhìn lại thực trạng hợp tác, đối tác KHCN, ĐMST ở Trường Đại học Sân khấu - Điện ảnh Hà Nội từ đó đưa ra giải pháp về xây dựng cơ

chế ba nhà: nhà quản lý (cơ chế, chính sách) - nhà trường (nhà khoa học (nhà nghiên cứu, nghệ sỹ) và nhà đầu tư (nhà đầu tư, nhà hát, nhà đài, doanh nghiệp, v.v...) để đáp ứng yêu cầu thực tiễn phát triển của Nhà trường và xu thế vận dụng KHCN, ĐMST và CDSQG.

Thực trạng hợp tác, đối tác KHCN, ĐMST ở Trường Đại học Sân khấu - Điện ảnh Hà Nội

Luật Khoa học công nghệ và đổi mới sáng tạo được Quốc hội thông qua ngày 27 tháng 6 năm 2025 quy định rõ, hoạt động khoa học, công nghệ và đổi mới sáng tạo bao gồm: “Nghiên cứu cơ bản; Nghiên cứu ứng dụng; Phát triển công nghệ; phát triển giải pháp xã hội; Sản xuất thử nghiệm; Ứng dụng, chuyển giao công nghệ; Đổi mới sáng tạo dựa trên đổi mới công nghệ, sáng tạo công nghệ, nâng cao hiệu suất công nghệ; Khởi nghiệp sáng tạo; Cung cấp dịch vụ khoa học, công nghệ và đổi mới sáng tạo; Hoạt động sáng kiến, cải tiến kỹ thuật, sáng tạo tri thức và hoạt động liên quan khác”<sup>(2)</sup>. Theo đó, hoạt động NCKH có thể được triển khai theo hai hướng: hướng học thuật và hướng ứng dụng. Trường Đại học Sân khấu - Điện ảnh Hà Nội là cơ sở đào tạo đại học, sau đại học. Là trường đào tạo nghệ thuật, sản phẩm nghiên cứu khoa học của nhà trường ngoài những công trình mang tính lý luận, học thuật ở lĩnh vực sân khấu và điện ảnh, do yếu tố đặc thù, Nhà trường xây dựng cơ chế quy đổi các tác phẩm nghệ thuật theo số giờ NCKH nhất định.

Cuối năm 2025, Nhà trường được Trung tâm Kiểm định chất lượng giáo dục, thuộc Đại học Quốc gia Hà Nội cấp giấy chứng nhận kiểm định cho 03 chương trình đào tạo và chất lượng cơ sở giáo dục chu kỳ 2 với 25 tiêu chuẩn và 111 tiêu chí (TC), trong đó đoàn đánh giá ngoài chấm 13 tiêu chuẩn có điểm trung bình từ 4 điểm trở lên, đạt 52%; 97 TC đạt từ 4 điểm trở lên, chiếm tỷ lệ 87.39%. Trong những tiêu

(1). Trung tâm Kiểm định chất lượng giáo dục - Đại học quốc gia Hà Nội: Báo cáo đánh giá ngoài Trường Đại học Sân khấu - Điện ảnh Hà Nội, Hà Nội, 2025, tr.12.

(2). Quốc hội, luật số: 93/2025/QH15 Luật Khoa học công nghệ và đổi mới sáng tạo, được Quốc hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam khóa XV. Kỳ họp thứ 9 thông qua ngày 27 tháng 6 năm 2025, tr. 1-2.

chuẩn đạt từ 4 điểm trở lên có tiêu chuẩn số 20: “Hợp tác và đối tác nghiên cứu khoa học” với 04 tiêu chí:

- TC 20.1: Xây dựng hệ thống để thiết lập các mối quan hệ HT và đối tác trong nghiên cứu nhằm đáp ứng các mục tiêu nghiên cứu.

- TC 20.2: Triển khai được các chính sách và quy trình thúc đẩy HT và ĐTNC.

- TC 20.3: Hệ thống rà soát tính hiệu quả của HT và ĐTNC được triển khai thực hiện.

- TC 20.4: Các hoạt động HT và ĐTNC được cải thiện để đạt được các mục tiêu nghiên cứu.

### TỔNG HỢP KẾT QUẢ TỰ ĐÁNH GIÁ VÀ ĐÁNH GIÁ NGOÀI <sup>(3)</sup>

	Tự đánh giá		Đánh giá ngoài	
	Số lượng	Tỷ lệ (%)	Số lượng	Tỷ lệ (%)
Số tiêu chí đạt từ 4 điểm trở lên	111	100%	97	87.39%
Số tiêu chuẩn có điểm trung bình từ 4,00 điểm trở lên	25	100%	13	52%
Số tiêu chuẩn có điểm trung bình dưới 2,00 điểm	0	0	0	0

*Nguồn: báo cáo đánh giá ngoài Trường đại học Sân khấu - Điện ảnh Hà Nội theo tiêu chuẩn đánh giá chất lượng cơ sở giáo dục đại học của Bộ Giáo dục và Đào tạo (Giai đoạn đánh giá: 2020 - 2024)*

Đánh giá chung Tiêu chuẩn 20, đoàn đánh giá ngoài nhận định một số điểm mạnh nổi bật: “Nhà trường có chiến lược, chính sách, quy định và kế hoạch phát triển hoạt động NCKH trong đó có hoạt động hợp tác và đối tác NCKH; đã xây dựng được hệ thống quản lý làm đầu mối và phối hợp với các đơn vị của trường và các đối tác ngoài trường để thực hiện chiến lược, kế hoạch phát triển hoạt động HTQT gắn với đào tạo và NCKH. Nhà trường triển khai, thực hiện các chính sách và quy trình thúc đẩy hợp tác và đối tác nghiên cứu; có hệ thống và triển khai hệ thống rà soát tính hiệu quả của hợp tác và đối tác nghiên cứu của các đơn vị, cá nhân và toàn

trường. Các hoạt động hợp tác và đối tác trong và ngoài trường, trong nước và quốc tế được cải thiện theo kế hoạch, quy trình và định kỳ hàng năm. Kết quả là nhà trường xây dựng được hệ thống các hoạt động hợp tác và đối tác nghiên cứu, hệ thống này được quản lý, giám sát, rà soát, đối sánh để cải tiến, cải thiện để nâng cao tính hiệu quả của NCKH gắn kết với đào tạo và ứng dụng thực tiễn”<sup>(4)</sup>.

Bên cạnh đó, đoàn đánh giá ngoài nêu ra những tồn tại trong hợp tác và đối tác NCKH. Cụ thể là :

- Nhà trường thiếu chiến lược, thiếu quy định và kế hoạch chuyên đề tập trung vào hoạt động hợp tác và đối tác theo mô hình ba nhà: Nhà nước - Nhà trường - Nhà hát/nhà tuyển dụng.

- Nhà trường thiếu hệ thống chuyên nghiệp quản lý, lập kế hoạch, thực hiện, giám sát, hướng dẫn, hỗ trợ hoạt động NCKH và HTQT trong đó có hoạt động hợp tác và đối tác nghiên cứu và hoạt động hợp tác và đối tác sáng tạo nghệ thuật, ĐMST SKĐA theo mô hình kết hợp nhà nghiên cứu – nhà giáo – nhà nghệ sỹ, nhà sáng tạo, nhà biểu diễn SKĐA, v.v...<sup>(5)</sup>.

Trong môi trường đào tạo nghệ thuật, sản phẩm khoa học công nghệ vừa mang tính phổ biến lại mang tính đặc thù, một mặt các sản phẩm NCKH vừa phải đáp ứng những tiêu chí về KHCN, mặt khác lại mang dấu ấn của sáng tạo nghệ thuật, nhất là trong bối cảnh công nghiệp văn hóa, tác phẩm nghệ thuật là một loại hàng hóa, việc chỉ ra được tồn tại bên cạnh điểm mạnh trong hợp tác và đối tác NCKH cho thấy nhu cầu tất yếu của việc xây dựng cơ chế đặt hàng và giải pháp đầu ra các sản phẩm NCKH trong môi trường nghệ thuật<sup>(6)</sup>

Cơ chế đặt hàng và giải pháp đầu ra các sản phẩm NCKH trong môi trường nghệ thuật.

Cơ chế đặt hàng đề tài NCKH trong môi trường nghệ thuật.

(4). Tlđđ, tr.119.

(5). Tlđđ, tr.119.

(6). Tlđđ, tr.119.

(3). Tlđđ, tr. 147.

Đặt hàng đề tài NCKH và Công nghệ được Quốc hội quy định rõ tại điều 3, khoản 14, luật Khoa học và Công nghệ của Quốc hội năm 2013 và được điều chỉnh bổ sung tại Luật khoa học công nghệ và đổi mới sáng tạo số 93 ngày 27/6/2025 của Quốc hội, theo đó thông qua hợp đồng được ký kết. bên đặt hàng đưa ra yêu cầu về sản phẩm khoa học và công nghệ, cung cấp kinh phí để cá nhân, tổ chức hoạt động khoa học và công nghệ tạo ra sản phẩm theo yêu cầu đặt hàng. Căn cứ Thông tư số 24 ngày 30 tháng 10 năm 2025 Thông tư Ban hành bảng phân loại lĩnh vực khoa học và công nghệ, nghệ thuật thuộc mã cấp 2 - 604.

Đặt hàng thực hiện nhiệm vụ NCKH được cụ thể hoá dưới dạng hợp đồng đòi hỏi bên đặt hàng và bên cung cấp phải lấy chữ tín hàng đầu. Cơ chế này có lợi cho cả hai bên, với tổ chức, cá nhân thực hiện NCKH và CN có kinh phí, sản phẩm NCKH được ứng dụng vào thực tiễn, tránh tình trạng cất trong kho các sản phẩm NCKH sau nghiệm thu. Với bên đặt hàng, được sử dụng công nghệ và thành quả mới từ NCKH là chìa khóa cho sự phát triển.. Việc áp dụng cơ chế này trong các trường đại học được coi là một trong những giải pháp để thúc đẩy hoạt động NCKH, nhằm tập trung nguồn đầu tư kinh phí và chất xám vào những đề tài cấp thiết, có tính ứng dụng cao. Đặt hàng đề tài NCKH ở môi trường đào tạo nghệ thuật là đáp án để giải bài toán khó khăn trong việc lựa chọn đề tài nghiên cứu mà cả giảng viên và sinh viên đều đặt thành vấn đề. Đặt hàng đề tài NCKH có thể chia làm 2 cấp độ: Đặt hàng trong phạm vi Nhà trường và liên kết với đối tác bên ngoài.

**Thứ nhất:** phạm vi của Nhà trường, đặt hàng NCKH được hiểu là việc Trường đầu tư kinh phí NCKH vào những đề tài cấp thiết, phục vụ hoạt động dạy và học cả phương diện lý thuyết và thực hành. Nhà trường có cơ chế ưu tiên cho những đề tài thuộc 2 lĩnh vực đào tạo cơ bản là Sân khấu và Điện ảnh. Kế hoạch

NCKH hàng năm được triển khai về các khoa, trung tâm. Nhà trường khuyến khích những đề tài, giáo trình có tính chuyên môn cao, nhằm phục vụ trực tiếp cho hoạt động giảng dạy ngay sau khi được nghiệm thu. Tuy nhiên, để cơ chế này phát huy hiệu quả, Nhà trường phải có quy định về hoạt động của HĐKH cấp Trường, HĐKH cấp khoa; xây dựng cơ chế để đặt hàng đề tài, công trình NCKH. Từ thực tiễn hoạt động giảng dạy của giảng viên ở các khoa chuyên môn, hội đồng cấp khoa sẽ đề xuất những đề tài, sách, giáo trình, v.v... có tính cấp thiết, khoa học lên HĐKH Trường. HĐKH Trường sẽ duyệt và trình Hiệu trưởng những đề tài, sách, giáo trình, v.v.. cấp thiết, đưa vào ngân hàng đề tài NCKH để đặt hàng thực hiện đề tài với cá nhân, nhóm khả thi.

Thứ hai: hợp tác với đối tác bên ngoài. Đây là giải pháp mà hầu hết các trường đại học trong và ngoài nước đã và đang triển khai thực hiện. Thực tế cho thấy ở các trường khối kỹ thuật, giải pháp này đã phát huy tối đa tác dụng, các doanh nghiệp, nhà máy, xưởng chế tạo, v.v... chủ động tìm đến đặt hàng, ký hợp đồng với những sản phẩm NCKH và CN mang tính ứng dụng cao, trực tiếp phục vụ khâu sản xuất, chế tạo cho doanh nghiệp của họ. Khoa học, kỹ thuật và công nghệ là những lĩnh vực đòi hỏi cao sự thay thế, đào thải. Việc đặt hàng các sản phẩm NCKH và CN ở các trường thuộc lĩnh vực này góp phần thúc đẩy thị trường KHCN đa dạng, phong phú, chất lượng và bám sát thực tiễn.

Với Trường Đại học Sân khấu - Điện ảnh Hà Nội, việc đặt hàng các sản phẩm NCKH có thể thực hiện theo hai hướng:

+ *Một là:* với các khoa thuộc chuyên ngành Sân khấu có thể liên kết với các Nhà hát, đoàn kịch, sân khấu tư nhân để đối tác đặt hàng Nhà trường những kịch bản, đề án, chương trình thuộc lĩnh vực kịch nói, chèo, cải lương, sự kiện lễ hội, âm thanh ánh sáng, biên đạo tác

phẩm sân khấu, sáng tác nhạc phim, nhạc kịch, vũ đạo, v.v... Với các khoa thuộc ngành Điện ảnh, có thể liên kết với các nhà đài truyền hình, các hãng phim Nhà nước, tư nhân, các doanh nghiệp công nghệ, điện tử để xây dựng kịch bản Điện ảnh, Truyền hình, dựng phim, xây dựng các clip quảng cáo, vừa tạo nguồn thu nhập cho cán bộ, giảng viên, sinh viên, vừa tạo cơ hội cho người học được thực hành, trải nghiệm ngay khi còn ngồi trên ghế nhà trường. Ngược lại, các doanh nghiệp, nhất là doanh nghiệp sản xuất các thiết bị điện tử (màn hình, máy quay, máy tính, máy ảnh...) có thể liên kết chuyên gia công nghệ bằng cách hỗ trợ, đưa những sản phẩm kỹ thuật này vào quá trình thực hành của sinh viên các chuyên ngành quay phim, dựng phim, nhiếp ảnh, âm thanh ánh sáng, đó là một hình thức quảng bá sản phẩm công nghệ của doanh nghiệp, cũng là cơ hội cho sinh viên được thụ hưởng thành tựu của KHCN, chuyển đổi số và ĐMST.

Trên thực tế, việc liên kết này đã được thực hiện nhưng mới chỉ dừng lại ở quy mô nhỏ, tự phát của cá nhân các giảng viên, người nghiên cứu, chuyên viên với các nhà đầu tư bên ngoài, rất ít đề tài, dự án, chương trình được đối tác thực hiện thông qua việc ký kết hợp đồng với Nhà trường. Việc đối tác đặt hàng đề tài NCKH với giảng viên, cán bộ của Trường được Ban Giám hiệu khuyến khích trên tinh thần mỗi cán bộ, giảng viên, phải hoàn thành nhiệm vụ NCKH và giảng dạy của mình tại Trường, sau đó có thể tham gia hợp tác bên ngoài.

+ *Hai là*: phát huy khả năng liên kết ở cấp độ ba nhà: nhà quản lý- nhà trường -nhà đầu tư. Việc các đối tác đặt hàng NCKH và CN với Nhà trường, sau đó Nhà trường sẽ lựa chọn cán bộ, giảng viên, sinh viên đáp ứng yêu cầu tham gia thực hiện đề tài đặt hàng để đảm bảo chất lượng, tính thương hiệu, chuyên nghiệp và đúng quy định của nhà nước. Làm được điều này là rất bài bản, hướng tới lợi ích chung

của Nhà trường mà vẫn đảm bảo lợi ích của cá nhân (nhóm) thực hiện đề tài. Với nhà trường thì giảng viên, sinh viên vừa được trau dồi lý luận, có thêm thu nhập, lại được cọ sát thực tế nghề nghiệp, thể hiện năng lực qua việc thực hiện công trình NCKH, ĐMST như tác phẩm kịch, phim, phóng sự, quảng cáo, đạo diễn, biên đạo, huấn luyện các chương trình nghệ thuật, v.v... Các nhà hát, xưởng phim, doanh nghiệp (nhà đầu tư) với vai trò là bên đặt hàng các sản phẩm KHCN, ĐMST trong lĩnh vực nghệ thuật thì họ có được sản phẩm mình mong muốn để phục vụ các mục đích khác nhau về kinh tế, chính trị, văn hóa, quảng cáo, v.v... sự phối hợp này như một vòng khâu của sự phát triển nhà trường và nhà đối tác. Từ thực tiễn nhà quản lý có cơ sở chỉnh sửa, bổ sung, hoàn thiện những văn bản luật, dưới luật, tạo hành lang pháp lý thuận lợi cho cơ chế này, là tiền đề cho mọi sự phát triển chung.

Như vậy, cơ chế để đặt hàng các sản phẩm NCKH được hiện thực hóa theo hướng nào thì cũng rất cần những điều kiện cần và đủ cho cơ chế đó, trong đó:

- Điều kiện cần là nguồn nhân lực có trình độ chuyên môn tốt; có phương pháp, đạo đức, đam mê NCKH, có nhiệt huyết trong chuyên môn, nghiêm túc, trách nhiệm trong giờ giấc và tiến độ công việc. Hàng năm, nhà trường đã đưa các giảng viên trẻ sang các nước như: Úc, Nga, Nhật, Bỉ, Trung quốc, Singapore để nâng cao trình độ chuyên môn, nghiệp vụ, v.v... Ngược lại, Nhà trường mời chuyên gia các nước Bỉ, Úc, Đức, Nhật, Nga, v.v... sang giảng dạy, trao đổi chuyên môn, nghiệp vụ cho các ngành đào tạo theo các chương trình, dự án để nâng cao chất lượng đào tạo của Nhà trường.

- Điều kiện đủ là Hội đồng thẩm định quy tụ những chuyên gia hàng đầu trong các lĩnh vực liên quan trực tiếp đến các đề tài NCKH theo đúng quy định. Những chuyên gia này có thể là giảng viên, nghiên cứu viên cơ hữu hoặc

thỉnh giảng. Bên cạnh đó cần chuyên gia tư vấn về mặt pháp lý, về cơ chế để mỗi sản phẩm NCKH đã nghiệm thu từ kinh phí của Nhà trường sẽ được hợp thức hóa bản quyền hoặc sở hữu trí tuệ. Chuyên gia sẽ tư vấn để Nhà trường có sự lựa chọn tốt nhất với đối tác ký hợp đồng sản phẩm KHCN đã nghiệm thu, làm thế nào để định giá hợp đồng hoặc có kế hoạch phát triển và xã hội hóa các sản phẩm KHCN.

Giải pháp đầu ra cho các sản phẩm NCKH chỉ được bàn đến khi các sản phẩm NCKH đạt yêu cầu về chất lượng, có tính ứng dụng. Hiện nay cụm từ “Thương mại hóa” - tức là đưa vào thị trường các sản phẩm KHCN không còn xa lạ, làm cho sản phẩm trở thành hàng hóa, đem lại lợi nhuận. Nhà quản lý, người nghệ sĩ, công chúng nhận diện đúng bản chất của vấn đề này và áp dụng nó sao cho vừa phù hợp với quan điểm của Đảng và Nhà nước về xây dựng và phát triển nền văn hóa tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc, phù hợp với pháp luật và đáp ứng yêu cầu của nền công nghiệp văn hóa ở Việt Nam. Thương mại hóa sản phẩm NCKH mang lại nguồn thu nhập chính đáng từ việc đầu tư chuyên môn, đam mê, thời gian của người nghiên cứu vào các sản phẩm đạt yêu cầu về chất lượng. Với ý nghĩa như vậy, một tác phẩm có chất lượng tốt (về nội dung và hình thức) với tư cách là sản phẩm của hoạt động NCKH cần phải đến được với công chúng để công chúng được hưởng thụ tác phẩm đó. Nói cách khác công chúng có quyền được hưởng thụ những tác phẩm nghệ thuật sau nghiệm thu có chất lượng tốt.

Việc đưa vào thị trường các sản phẩm Sân khấu - Điện ảnh chất lượng tốt sau khi nghiệm thu là hoàn toàn phù hợp với quy định, với đạo đức và chuẩn mực xã hội và là một hình thức thương mại hóa lành mạnh. Một tác phẩm Sân khấu - Điện ảnh được hoàn thành bởi hao phí lao động trừu tượng (hao phí về trí óc và chân tay) của người tạo ra nó (những nghệ sĩ).

Công chúng hưởng thụ tác phẩm đó, ngoài giá trị về tinh thần, công chúng có trách nhiệm về vật chất với người sáng tạo ra nó, nguồn vật chất này sẽ góp phần tái sản xuất lao động trừu tượng của người nghệ sĩ, để từ đó làm động lực thúc đẩy sự sáng tạo sản phẩm mới đáp ứng nhu cầu thưởng thức ngày càng khắt khe của công chúng. Quá trình lưu thông (mua – bán) diễn ra thuận lợi, là cơ sở cho sự phát triển nghệ thuật nói riêng, góp phần phát triển văn hóa, kinh tế nói chung.

Các bước thực hiện việc thương mại hóa một sản phẩm NCKH lĩnh vực nghệ thuật:

*Bước 1: Mời chuyên gia tư vấn*

Nên mời những chuyên gia không chỉ am hiểu về luật, về thị trường thương mại hóa, mà còn có hiểu biết về tính đặc thù lĩnh vực Sân khấu - Điện ảnh để quá trình tư vấn vừa đảm bảo nguyên tắc phù hợp với pháp luật vừa mang lại lợi ích tối đa cho chủ sở hữu, cho tác giả). Từ sự phân tích cung cầu của thị trường, của công chúng, của các thương hiệu cạnh tranh, chuyên gia sẽ định hướng bước đầu của việc thực hiện quá trình thương mại hóa như đăng ký bản quyền tác giả, tác phẩm theo luật tại Cục sở hữu trí tuệ và biên soạn hợp đồng với đối tác thương mại.

*Bước 2: Xây dựng chiến lược marketing*

Trước đây, marketing được dùng trong việc quảng bá những sản phẩm hàng hóa ế thừa, người kinh doanh muốn tiêu thụ những sản phẩm hàng hóa đó thông qua những hội chợ, những chiến dịch quảng cáo. Ngày nay, marketing được hiểu và ứng dụng ở hai cấp độ. Thứ nhất là để quảng bá những sản phẩm hàng hóa tốt ra thị trường để người tiêu dùng được hưởng thụ. Ở cấp độ thứ hai, hình thức cao hơn của quảng bá là việc nghiên cứu tâm lý người tiêu dùng (công chúng), nghiên cứu thị trường để kiến tạo những sản phẩm chất lượng cao, thỏa mãn cho nhu cầu của công chúng. Cấp độ này nhìn từ góc độ kinh tế học và lợi ích xã hội thì hoàn toàn hợp lý trong bối cảnh công nghiệp văn hóa.

Chiến lược marketing đề cao vai trò của đối tượng quảng bá, vì vậy khi thực hiện chiến lược này, việc lựa chọn đối tượng quảng bá sẽ quyết định thành công của chiến lược. Trên thực tế, hằng năm, như các cơ sở đào tạo đại học khác, Trường Đại học Sân khấu - Điện ảnh Hà Nội đã tham gia “Ngày hội tuyển sinh” nhằm quảng bá thương hiệu, các ngành đào tạo của Nhà trường để cung cấp những thông tin cần thiết, giúp người học lựa chọn được môi trường học tập tốt nhất. Vài năm gần đây, nhà trường tổ chức các chương trình, hoạt động trải nghiệm, hướng nghiệp cho học sinh các trường THPT - đó là một hình thức của marketing, nhưng là hình thức marketing đầu vào. Marketing sản phẩm NCKH là một hình thức quảng bá sản phẩm, vừa để thỏa mãn nhu cầu thưởng thức của công chúng, vừa để khẳng định chất lượng đào tạo của Nhà trường, tạo nguồn thu hợp pháp, chính đáng từ những sản phẩm của lao động sáng tạo nghệ thuật của cán bộ, giảng viên, sinh viên - là hình thức *marketing đầu ra*.

*Bước 3: Lựa chọn hình thức và tiến hành thương mại hóa*

Có hai hình thức kinh doanh cơ bản:

Một là chuyển nhượng quyền khai thác sản phẩm ra thị trường. Khi hợp đồng này được ký kết, đối tác có quyền đưa sản phẩm ra thị trường và sẽ hoàn lại một phần lợi nhuận từ việc làm này theo thỏa thuận. Đối tác tận dụng và khai thác những ưu thế của sản phẩm, tác phẩm, có thể bao gồm các công đoạn như xin cấp phép biểu diễn, công chiếu và nhiều hoạt động khác như hợp báo, giao lưu với người hâm mộ, tham gia các talk show, quảng cáo, v.v.. Giai đoạn này thường có lợi cho cả bên sở hữu và đối tác. Ở giai đoạn này quyền sở hữu không thay đổi, quyền tác giả tác phẩm không thay đổi.

Hình thức kinh doanh thứ hai là bán toàn bộ quyền sở hữu cho đối tác, tức là mua đứt, bán đoạn. Ngoài số tiền thu về từ hợp đồng, bên bán sẽ không còn được thu về bất cứ một khoản tiền

nào khác. Chủ sở hữu được thay đổi. Quyền tác giả tác phẩm không thay đổi.

Quá trình thực hiện một đề tài NCKH bắt đầu từ ý tưởng của một cá nhân hoặc một nhóm người, một tập thể, sau đó được đầu tư bài bản qua quy trình quản lý của HĐKH cấp cơ sở và cuối cùng là sản phẩm NCKH đạt chất lượng tốt đến với công chúng. Một phần giá trị vật chất mà công chúng trả cho sản phẩm lại được tái đầu tư cho những nghiên cứu mới nhằm vận dụng, phát triển của KHCN và ĐMST vào các sản phẩm nghệ thuật của Nhà trường.

## KẾT LUẬN

Nếu 2025 được xác định là giai đoạn “khởi động, chạy đà” thì 2026 là năm đột phá đảm bảo yêu cầu tăng trưởng nhanh, bền vững, trong đó KHCN, ĐMST và chuyển đổi số giữ vai trò nền tảng, cốt lõi. Ưu thế của nhà nước ta là tính ưu việt của chính sách quản lý; ưu thế của Trường Đại học Sân khấu - Điện ảnh Hà Nội là nguồn nhân lực nghệ thuật dồi dào, sáng tạo, đa dạng, đa lĩnh vực. Ưu thế của nhà đầu tư là nắm vững thị trường, có nguồn vốn đầu tư, nhanh nhạy về nhu cầu. Câu chuyện kết nối giữa ba nhà trong xây dựng cơ chế đặt hàng và giải pháp đầu ra cho các sản phẩm NCKH mang tính đặc thù nghệ thuật thực chất là câu chuyện phải thay đổi đồng bộ từ cơ chế, cách làm, thói quen cũ đến nhận thức, tư duy, hành động trong quản lý giáo dục để vừa đạt được mục đích về chất lượng, về nguồn tài chính của cơ sở đào tạo, vừa góp phần vào phát triển công nghiệp văn hóa sau hơn một năm thực hiện Nghị quyết 57-NQ/TW ngày 22/12/2024 của Bộ Chính trị về đột phá phát triển khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số quốc gia. Thực hiện tốt nhiệm vụ này một lần nữa khẳng định thương hiệu của Nhà trường là đào tạo nhân lực nghệ thuật chất lượng cao và trở thành trung tâm nghiên cứu, chuyển giao, ứng dụng KHCN và ĐMST.

\* TS, Phó Hiệu trưởng, Trường Đại học Sân khấu – Điện ảnh Hà Nội

\* TS, Trưởng khoa Kiến thức cơ bản, Trường Đại học Sân khấu – Điện ảnh Hà Nội

#### TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Trung tâm Kiểm định chất lượng giáo dục - Đại học quốc gia Hà Nội, Báo cáo đánh giá ngoài Trường Đại học Sân khấu - Điện ảnh Hà Nội, Hà Nội, 2025.
2. Quốc hội, luật số: 93/2025/QH15 Luật Khoa học công nghệ và đổi mới sáng tạo, được Quốc hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam khóa XV. Kỳ họp thứ 9 thông qua ngày 27 tháng 6 năm 2025.

*Ngày nhận được bài: 24/02/2026; Ngày nhận xét, phản biện: 02/3/2026*

*Ngày chấp nhận đăng: 06/3/2026; Ngày đăng: 25/3/2026*