

Hoger onderwijs ziet openbaar bestuur steeds meer als een goede klant

De universiteiten hebben de opleidingsmarkt ontdekt. Het woord 'marktgericht' is bij de bestuurders gemeengoed geworden. Bijna wekelijks worden nieuwe opleidingen gelanceerd, speciale stichtingen in het leven geroepen en oproepen voor cursussen gedaan. In augustus is in Twente zelfs een nieuw conferentieoord in het leven geroepen ten behoeve van de Universiteit aldaar. Eén en ander natuurlijk ondergebracht in een aparte stichting. Wat is er aan de hand? Wat is het allemaal waard?

De universiteiten moeten met een zekere gretigheid de rapporten hebben gelezen waarin wordt berekend dat er in het bedrijfsleven ten minste 3,5 miljard gulden aan opleidingen wordt besteed. Dat is evenveel als het totale budget van het ministerie van Onderwijs en Wetenschappen! Zowel de universiteiten als dat ministerie zelf moeten de kassa hebben horen rinkelen.

door drs D.P. Noordhoek

Maar er spelen ook niet-financiële redenen een rol. Redenen die te maken hebben met de verstarring die veel universiteitsbestuurders binnen de eigen wetenschapsfabriek hebben geconstateerd. Jaren van grote studenteninstroom, financiële zekerheid en een wetenschapsethiek die vaak aan zichzelf genoeg leek te hebben, hebben niet zelden voor een inerte, op zichzelf gerichte sfeer gezorgd. Met het vooruitzicht van bezuinigingen, prestatiebeloningen (voorwaardelijke financiering) en zelfs kwaliteitsbeoordelingen via evaluatiecommissies, werd het duidelijk dat er radicaal iets aan die sfeer moest gaan veranderen. Vooruitziende bestuurders als Rosenberg van de Rijksuniversiteit Utrecht en anderen kijken daarbij al vooruit naar het moment dat de studentenaantallen gaan afnemen. Dan moeten de universiteiten hun antwoord klaar hebben.

Strategie

Elke universiteit is op dit moment bezig haar eigen strategie te bepalen. Een enkele, zoals Leiden, lijkt het antwoord te zoeken in een sterke concentratie van traditionele onderwijs- en onderzoekstaken. 'Zorg dat we de beste van het land zijn', lijkt de redenering te luiden, 'en dan komt het land wel naar ons toe'. Dit is de 'centre-of-excellence'-benadering. Andere universiteiten - Groningen, Maastricht, maar ook een universiteit als Utrecht - letten wat meer op hun regionale betekenis. Een aantal universiteiten - Twente voorop - stellen zich vooral als ondernemers op. De markt vraagt, de markt krijgt.

Alle universiteiten houden zich momenteel met dit soort 'sterkte-zwakke' analyses bezig. Ieder bekijkt hoe haar onderwijspakket zich verhoudt tot dat van de andere uni-

versiteiten. Ieder zoekt naar het eigen 'gat' in de markt.

Onderwijs en onderzoek worden producten. Producten die op een handzame manier - in 'modules' - als onderdeel van een pakket aan de man worden gebracht. Op sommige universiteiten wordt zelfs met trots over een 'cafetariasysteem' gesproken. De universiteit gaat in de horeca. Daarbij is het nu vooral het meer beroepsgericht tweede-fase onderwijs en het na-ervaringsonderwijs geworden waarmee de universiteiten zich willen profileren ten opzichte van het ministerie, de collega's en bovenal 'de markt'; het rijke bedrijfsleven.

Een inmiddels roemrucht voorbeeld van de problemen die de universiteiten zijn tegengekomen in hun streven meer naar buiten te komen is de zgn. 'tweede-fase opleiding'. Deze vervolgoedingen voor pas-afgestudeerden in specifieke beroepen komen veel moeizamer van de grond dan was aangenomen door zowel de universiteiten als het ministerie. Een kinderachtige wellenietes discussie tussen het ministerie en een evaluatiecommissie over het veronderstelde succes van de opleidingen onderstreept dit slechts. De simpele waarheid is, dat het noch eenvoudig is voor een universiteit om zo maar een behoefte te scheppen aan een nieuw beroep (want daar komt het eigenlijk op neer), noch eenvoudig is om een goed programma in elkaar te steken dat kwalitatief de moeite waard is. Dat is een kwestie van tijd en dat is een kwestie van uitproberen. De vijf jaren die de minister de universiteiten daarvoor financieel gunt zouden daarvoor wel eens te weinig kunnen zijn.

Dit temeer daar de afnemers van de tweede-fase studenten, bedrijfsleven en openbaar bestuur, niet van zins lijken de initiatieven te ondersteunen. Na jarenlang verwend te zijn met een 100% subsidiërende overheid, is het onrealistisch om van die beiden te verwachten dat zij groot geld steken in projecten die henzelf slechts ten dele ten goede komen. Onderwijs is duur en het rendement niet gegarandeerd. Een beroep op het algemeen belang is onvoldoende om organisaties tot de betaling van hoge collegegelden te verleiden. Bedacht moet worden dat zelfs in het grote voorbeeld Amerika er geen enkele opleiding voor 'master of business administration' is die zonder subsidie kan draaien. Zelfs Harvard niet.

Cursussen

Toen het lanceren van de tweede-fase opleidingen niet onmiddellijk het gewenste resultaat kreeg, kondigde een aantal universiteiten aan dat zij zich zouden gaan begeven op de markt van de korte cursussen en leerzangen. Deze zouden kunnen concurreren met de producten van commerciële opleidingsinstituten. Tot nog toe is ook dit nog niet goed van de grond gekomen. Deels vanwege bekende interne problemen - onderwijslast, onderzoeksprioriteiten - die het moeilijk maken om docenten vrij te maken voor het geven van cursussen. Deels ook om-

dat men zich beter bewust is van de specifieke eisen die na-ervaringsonderwijs (en de verkoop ervan) stelt. Onderwijs aan praktijkmensen stelt andere eisen aan docenten dan onderwijs aan studenten. De presentatie ervan moet compacter zijn en meer gericht op de problemen van de deelnemers dan op de theoretische verantwoording. Een vak apart dus, waarvoor niet iedere universitaire docent kan worden ingeschakeld.

Sommige pogingen lijken op het hernieuwd uitvinden van het wiel. Juist voor het ontwikkelen van cursussen bestaat er namelijk al geruime tijd de structuur van het post-academisch onderwijs. Het na-ervaringsonderwijs in verschillende wetenschappelijke disciplines werd al enige jaren geleden georganiseerd in 'pao-organen', waarvan het bestuur voor de ene helft uit vertegenwoordigers van de universiteiten en voor de andere helft uit die van de 'consumentenzijde' bestaat. In wezen zijn de pao-organen bedoeld als 'makelaars' van het universitaire product naar de markt.

De redenen voor het buiten de pao-organen om op de markt brengen van cursussen zijn niet moeilijk te raden. De universiteiten concurreren met elkaar en brengen opleidingen zelf op de markt. In de tussentijd heeft zich echter enige sanering voltrokken bij de pao-organen. Zij zijn in aantal uitgedund en volwassen geworden. Zij hebben doorgaans zeer rechtstreekse contacten met docenten en vakgroepen en schakelen zeer regelmatig docenten van buiten de universiteiten in. Daarbij is sprake van een goede kennis van de opleidingsmarkt en van de in Nederland aanwezige topkwaliteit van docenten. Omdat er een uitgesproken schaarste is aan ervaren praktijkdocenten met een wetenschappelijke achtergrond doen zich met name daar veel concurrentieproblemen voor.

De PAO-organen hebben inmiddels hun lot in eigen handen genomen en willen op de markt bewijzen dat zij voor de universiteiten van groot nut kunnen zijn.

Openbaar bestuur

Het aantal cursussen dat vanuit de universiteiten voor het openbaar bestuur wordt verzorgd is niet al te groot. Voor een deel is dit te wijten aan het feit dat met name de vakgroepen die er het meeste voor in aanmerking komen - bestuurskunde, politicologie, staatsrecht - hun handen vol hebben aan de opvang van de studentenstroom.

Anderzijds blijkt er ook nog een grote afstand te bestaan tussen dat wat de universiteiten inhoudelijk kunnen bieden en hetgeen het openbaar bestuur nodig heeft. Het universitaire na-ervaringsonderwijs zal niet vanuit een te hoog abstractieniveau op de problemen van het openbaar bestuur moeten neerzien. Een goede afstemming tussen praktijkgericht onderzoek en opleidingsactiviteiten is daarom essentieel.

De auteur is directeur van de PAO- Bedrijfs- en Bestuurswetenschappen te Utrecht.