



ПІДПРИЄМНИЦЬКА ОСВІТА – ПЕРЕВАГИ І НЕДОЛІКИ В УПРАВЛІННІ ВИЩИМИ НАВЧАЛЬНИМИ ЗАКЛАДАМИ*

Юрій МОСКАЛЬ,

редактор альманаху,
науковий співробітник НДІ методології та економіки вищої освіти
Національного економічного університету (м. Тернопіль)

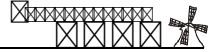
Copyright © 2008

При розгляді процесу запровадження підприємництва в академічну сферу виявляються дві головні тенденції. З часів основоположника політекономії А. Сміта провідні економісти визначають підприємця рушійною силою розвитку капіталістичного суспільства. Кожен з них дав своє визначення і типологію поняття підприємництва, розвивав на цій основі теорії, що описують вплив різних типів підприємців на функціонування конкретної економічної системи. Згодом до вивчення підприємництва долучилися філософи, соціологи, психологи і представники інших сфер науки. Так накопичилися обсяжні різнобічні знання про підприємництво, які, проте, мали академічний характер і не впливали на економіку і соціальну сферу.

Півстоліття тому окремі американські університети перейшли від накопичення наукових знань про підприємництво до власне підготовки підприємців. Традиційні академічні завдання – теоретичні дослідження і викладання теоретичних знань, були доповнені новими цілями – освітою у сфері підприємництва і підтримкою підприємницької діяльності. В результаті значно зросла кількість американських університетів, які пропонують програми навчання підприємництву. В середині 90-х років минулого століття хвиля пов'язаних з підприємництвом ідей докотилася до Європи.

Однієї з причин зміни академічної орієнтації стали зусилля університетів, спрямовані на трансформацію наукових знань у продуктивні ідеї, придатні для комерційного використання. В деяких сферах, наприклад, комп'ютерних науках, теоретичні знання майже співпадають з прикладними. Ця ситуація є сприятливою для створення при університетах нових компаній. У той же час стало очевидно, що засновники нових компаній повинні мати кваліфікацію підприємців університетського рівня, і спершу їм знадобиться підтримка.

* Дослідження здійснене в рамках колективної теми "Економіка та управління інноваційними процесами у вищому навчальному закладі", затвердженій УкрІНТЕІ (державний реєстраційний номер 0106 У 000514) 10.01.2006 (Шифр: НДЦ-11-06-"К").



Інша причина, що зумовила становлення підприємництва як академічного предмета, має політичний характер. В умовах економічного буму вивчення статистики зайнятості в невеликих і середніх компаніях дозволило політичним діячам різних країн оцінити потенціал підприємництва задля вирішення важливих економічних і соціальних проблем. Це привело до підвищення попиту на активну підтримку підприємництва в університетах. Внаслідок цього, зокрема, тільки в німецьких університетах, було створено понад тридцять кафедр підприємництва, причому більшість – коштом спонсорів [2].

Крім приведених вище економічних і соціальних мотивів, з'явився новий чинник. Значна кількість людей розглядали підприємництво як життєву філософію. З цієї точки зору, впливало нове завдання освіти – навчити студентів незалежності. На шкільних учителів і викладачів вищих навчальних закладів освіти була покладена місія формування підприємницької культури в школах і університетах.

Питання про те, чи повинне підприємництво стати предметом вивчення в університетах країни, визначається конституційними межами і структурою ухвалення рішень в університетах. Вирішальне значення мають наступні чинники: чи засновано управління даним університетом на принципах академічної свободи й автономії ухвалення рішень, і чи підкоряється навчальний заклад безпосередньо державній владі. Ці чинники визначають роль уряду в управлінні даним університетом.

У системі, заснованій на принципах “свободи викладання і досліджень” та автономії університетів, функції централізованого керівництва покладені на факультет. Усі рішення, що стосуються профілю університету і наукових проблем, ухвалюються членами академічного і наукового співтовариства. В такій системі не існує ієрархічних шляхів упровадження нових предметів (наприклад, підприємництва) у програму даного університету. Керівництво закладу може оспорювати рішення факультетів тільки з погляду їх відповідності профілю університету й офіційним нормативним вимогам. У такій ситуації основним завданням центрального керівництва є контроль бюджетів і надання ресурсів. Саме так і слід розуміти терміни “управління” і “керівництво”.

Крім того, треба враховувати відмінності за типами фінансування. Можливі наступні варіанти: а) університет повністю фінансується державою; б) університет частково фінансується державою; в) університет є приватною власністю. В державних університетах упровадження нового предмета (наприклад, підприємництва) може відбуватися трьома шляхами:

1. У разі ухвалення урядового рішення про впровадження нового предмета в даному університеті міністерство може заснувати нову кафедру, або звернутися до керівництва університету з проханням про виділення кафедри. Оскільки розширення кількості наукових дисциплін і розподіл кафедр є фундаментальними проблемами факультетів, то відповідь на запит надає факультет. Прийняте ним рішення ухвалюється з урахуванням відповідності нового предмета загальній структурі дисциплін, його наукової цінності, ситуації на ринку праці для кваліфікованих випускників, а також впливом фінансових і матеріальних чинників.

2. Кафедра спонсорується і виділяється приватною або державною організацією. При цьому факультет не зобов'язаний прийняти цю пропозицію, і процес ухвалення рішення з цього питання відбувається аналогічно поперед-



ньому випадку. Але тут діє додатковий чинник – вплив спонсора, тобто рівень його альтруїзму і прагнення визначати стан справ.

3. Третій шлях проникнення підприємництва в університет – обхідний. Принцип свободи викладання і досліджень гарантує всім професорам європейського університету право на участь у викладанні і дослідженнях із певного наукового предмета. Тому багато професорів університетів без кафедр підприємництва провадять наукову роботу у цій сфері. Дозвіл факультету потрібний тільки тоді, коли для досліджень треба задіяти додаткові ресурси.

Приватні університети, як правило, більш гнучкі і вільні в ухваленні рішень. Проте приватні університети Європи, прагнучи завоювати міцну академічну репутацію, у своїх діях керуються тими ж міркуваннями, що й державні вищі навчальні заклади.

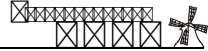
Упровадження в університетах підприємництва як предмета академічних досліджень і викладання залежить від цілей академічної освіти, типів планованих досліджень, предметів викладання, реципієнтів і т. ін. Поєднання цих чинників визначає тип загальної орієнтації – дослідницький чи викладацький. При ухваленні рішень про упровадження підприємництва як академічного предмета доводиться враховувати істотні відмінності між дослідницькою та освітньою орієнтаціями.

Розмежування між орієнтаціями відповідає двом описаним в академічній літературі школам підприємницької освіти. Ці дві школи в наукових працях характеризуються як “стара” і “нова” [3]. Дослідницька орієнтація дотримується традиційного погляду на діяльність класичного університету. Ця орієнтація у підприємстві дозволяє отримати широкі знання про різні аспекти підприємництва. Дослідницька спрямованість приводить до сприйняття підприємництва як багатопланового предмета (наприклад, можна виділити підприємство в суспільстві, в некомерційних галузях і в регіональному розвитку; економічні перешкоди і підтримка підприємства тощо). Викладання фокусується на загальних знаннях й академічній письменності у сфері наукових предметів. Реципієнтами будуть особи, які прагнуть одержати знання із підприємництва. До них відносяться академіки, політики, консультанти, спонсори, громадські діячі тощо.

Вигода від дослідницького підходу до індивідуального підприємця буде швидше непрямою, оскільки наукові знання мають загальний характер і не можуть бути напряму прикладені до конкретних проблем, наприклад, до тих, з якими стикаються новоутворені компанії. Дослідницька орієнтація є природною для університету, тому вона не вимагає ніяких спеціальних зусиль з боку керівництва та адміністрації університету.

Знайомство з присвяченими підприємству публікаціями [1–3] вказує на перевагу освітньої орієнтації. Зростання числа нових компаній вважається універсальним рішенням низки економічних і соціальних проблем. Результатом цього припущення є політичне і соціальне втручання і спонсорвання кафедр підприємництва. Інша ідея полягає в тому, що університети можуть отримувати фінансову вигоду від комерційного використання результатів досліджень у сфері технологій і природничих наук.

Рішення орієнтуватися на викладання має на увазі професійну підготовку “успішного підприємця” і пріоритетність освітніх завдань. Тут викладання зосереджене на ухваленні рішень і прикладні навички створення й управління новими компаніями. Така орієнтація ставить питання про те, чи повинна



підготовка підприємств бути першочерговою метою всієї академічної діяльності університету, чи бути другорядною і мати самостійний статус.

Одна з проблем полягає в низькому науковому рівні підприємництва. Велими показові результати дослідження Р. Хірша [2], присвяченого підприємству і малому бізнесу в європейських країнах. Більшість розглянутих ним публікацій з даного питання мали “нормативний характер й орієнтовані на практичних працівників чи розробників політик. Учені переважно застосовували дослідницькі підходи, ґрунтовані на індуктивних, не пов’язаних з перевіркою припущень, методах. Більшість статей мали якісний та описовий характер, і частіше за все з’являються у другорядній періодиці. Ці висновки підтверджує дослідження, результати якого свідчать про те, що лише два відсотки наукових праць про підприємство публікуються у якісній науковій періодиці” [2, с. 248].

Практичний досвід дослідника сфери підприємництва здебільшого зводиться не до реальної роботи в нових компаніях, а до проведення досліджень. Розглянемо ці питання з урахуванням трьох організаційних моделей, орієнтованих на утворення підприємницьких структур в університетах.

Підготовка підприємств і привласнення ними кваліфікацій двоаспектна. Перший відноситься до академічної сфери і зводиться до викладання теоретичних предметів, націлених на практичне вживання (наприклад, підготовки бізнес-планів, утворення мережових партнерських об’єднань, фінансування та ін.). Другий аспект полягає у наданні майбутнім підприємцям практичного досвіду і в підтримці нових компаній. Можливий варіант, коли університет інтегрує обидва аспекти і пропонує їх інтегровано. В іншому випадку їх можна здійснювати окремо.

Для інтегрованої моделі характерне об’єднання обох аспектів і надання підприємцям додаткової освітньої і практичної підтримки. Академічне викладання, практична підготовка, інструктажі, консультації, надання ресурсів концентруються в стінах університету, який і несе формальну відповідальність. Як приклад, подібної організаційної моделі в Німеччині, можна привести університет Вуперталя, якому властиві особливості нової школи підприємницької освіти. В цьому університеті під фактом “підприємство” розуміється повний навчальний план курсів факультету економіки і соціальних наук. Відповідальність за програму покладена на двох професорів, які очолюють кафедри підприємства. Одна з кафедр пропонує спеціальну освітню програму, орієнтовану на мотивування потенційних підприємств. Академічні заняття поєднуються з майстер-класами із підприємства, консультаціями і вправами із вироблення оптимальних моделей поведінки й алгоритмів дій. В університеті не існує спеціальних структур підтримки підприємництва, таких як інкубатори або технологічні центри. Деякі завдання можуть бути покладені на спеціальну мережу. Виділення ресурсів обумовлено в трудових договорах. “Цьому експерименту, завдяки високій репутації професури, не загрожує зневага академічного співтовариства” [3].

Повною протилежністю інтегрованої моделі є незалежна організація з децентралізованими мережевими структурами. Вона може мати статус некомерційної організації, котра функціонує за рахунок спонсорських внесків, або бути комерційною установою. Зокрема, міністерство освіти Німеччини всіляко сприяє розвитку цієї моделі за допомогою встановленої міністерством програми EXIST



(нові компанії при університетах). Основна ідея моделі полягає в тому, що академічні інститути, а також неакадемічні організації об'єднують свої знання, досвід і ресурси в ефективну асоціацію. Оскільки центральне керівництво мережею є незалежним підрозділом, то жодна з складових не має переваги. Партнери підписують договори, в яких зумовлена участь кожної організації, і кожна із сторін несе відповідальність за свій внесок. Нагляд здійснюється консультаційною радою. Оскільки проекти програми EXIST знаходяться у стадії розвитку, то важко оцінити її вплив. Проте, імовірно, децентралізована структура і договірні відносини цих проектів повинні захистити їх від долі державних навчальних закладів.

Нині чимало американських університетів віддає перевагу способу організації, який можна охарактеризувати як "подвійну модель". У рамках такої моделі орієнтація на викладання зберігається, але не є домінуючим напрямом академічної діяльності. При цьому вся практична робота, у тому числі надання потрібних послуг, віддається окремим "дочірнім" організаціям. Тим самим адміністрація навчальних закладів звільняється від цих турбот. дочірні підприємства є або економічно незалежними, або некомерційними організаціями, які функціонують за рахунок спонсорства.

Загальна відповідальність лежить на університеті. Проте підтримка потенційних підприємств здійснюється згідно з принципом розподілу праці. Викладання практично орієнтованих знань і навичок підприємництва ведеться професійними співробітниками дочірніх компаній. Студентам пропонують можливості проходження виробничої практики в нових компаніях. Підприємці, які навчаються на різних факультетах, можуть одержати додаткові практичні знання, консультації чи скористатися послугами інкубатора. Університет не втручається в управління дочірніми компаніями, але делегує представників до консультаційної ради.

Перевага подвійної моделі полягає, з одного боку, в тісному зв'язку підприємницьких проблем з університетом, а з іншого – у роздільному наданні академічної і практичної підтримки підприємцям. Така модель дозволяє уникнути проблем, пов'язаних із зневагою академічного співтовариства.

Для прикладу розглянемо дві моделі запровадження підприємницьких програм університетів США [2]. Програма підприємництва в університеті Кейс Вестерн Резерв (м. Клівленд, штат Огайо) є частиною школи менеджменту. Вона розподілена на сферу досліджень та академічної освіти і сферу підтримки підприємництва. В академічному сегменті підприємництво входить до складу кількох навчальних програм. Діяльність із практичної підтримки здійснюється компанією "Ентерпрайз Девелопмент", некомерційною організацією з власним управлінням. Її першочерговим завданням є надання підтримки новоствореним фірмам. Ця компанія пропонує різні види підтримки – від підготовки до створення інкубаторів. Вона долучається до регіонального розвитку, співробітничав з рядом організацій за межами університету. Програма підприємництва в університеті штату Техас (м. Остін) схожа. Провідна роль у ній належить організації "Інновації, креативність і капітал" (ІКК). Вона пропонує академічне викладання підприємництва на рівні аспірантури і координує зв'язки з різними організаціями за межами університету. Важливим партнером ІКК є технологічний інкубатор, який надає широкий спектр послуг у сфері підготовки, консультування та ін. Ухил робиться



на комерціалізацію результатів наукової діяльності і технологій.

Отже, університетські програми підготовки й освіти у сфері підприємництва можуть мати дві різні орієнтації. Дослідницька орієнтація аналогічна традиційному академічному підходу до інших предметів. І тут немає особливих проблем для керівництва та управління університетом. Якщо ж університет обирає освітню орієнтацію, то виникає потреба в розширенні. Якщо передбачається поєднувати академічну освіту із практичною підготовкою і підтримкою підприємництва, то університет змушений вести діяльність за кількома неакадемічними напрямками. Вельми поширеною моделлю упровадження підприємництва в діяльність університету є подвійна структура, яка складається із взаємопов'язаних наукового і практичного векторів. Така модель дозволяє уникнути багатьох вищезазначених проблем.

1. Achachleitner A.K. Brauchen wir eigentlich Entrepreneurship-Lehrstühle? // Die Betriebswirtschaft. – 2003. – №4. – P. 63–74.

2. Hirsch R. A Model for Effective Entrepreneurship Education and Research / Entrepreneurship in Forschung und Lehre: Festschrift für K. Anderseck. – Frankfurt-am-Maine, 2003. – P. 241–254.

3. Schon D. Educating the Reflective Practitioner: Towards a New Design for Teaching and Learning in the Professions. – San-Francisco, 1987. – 248 p.

Надійшла до редакції 18.09.2008.

ВИМОГИ до рукопису наукових повідомлень у методологічній альманах “Вітакультурний млин” щодо тематики, змісту, структури, оформлення

1. За проблематикою повідомлення має стосуватися *вітакультурної методології*. Його назва повинна мати зноску, що вказує на планову тему, в рамках якої виконана робота.
2. Текст має бути винятково *авторським*, містити *аргументовану новизну* та розв'язувати суспільну чи наукову проблему на *професійному рівні* методологування.
3. Після заголовку повідомлення: а) слідує ім'я та прізвище автора, його науковий ступінь, вчене звання, посада і місце роботи; б) далі подається резюме (3–5 речень), що висвітлює суть ідеї та вказує на її новизну.
4. Обов'язковою є наявність однієї *моделі* (теоретичної чи методологічної), *таблиці* або *мислесхеми*.
5. Кількість літературних джерел обмежена – до 10, що мають бути оформлені відповідно до вимог ВАК України; посилання на подані в кінці повідомлення обов'язкові.
6. Обсяг повідомлення – від 3 до 5–8 сторінок 14 кеглем через 1,5 інтервали; при цьому фіксується дата подачі повідомлення до редакції.
7. До редакції надсилаються один примірник роздрукованого повідомлення і дискета.
8. Редакція залишає за собою право рецензування, опублікування чи повернення рукописів на доопрацювання, їх наукове та літературне редагування.
9. Оплата повідомлення залежить: а) від кількості авторських сторінок, б) загального тиражу видання (не менше 300 прим.), в) кількості авторських примірників.
10. Автор повідомлення зобов'язаний на окремому аркуші вказати свою поштову та електронну адресу, домашній, службовий і мобільний телефони.

Редакція