

KIERUNKI STUDIÓW EKONOMICZNYCH – ZARZĄDZANIE CZY BIZNES?

Dyskusja nad strukturą kierunkową studiów ekonomicznych zapoczątkowana na konferencji odbytej w Szkole Głównej Handlowej w Warszawie w październiku ubiegłego roku skupiała się wokół problemu liczby kierunków. Nawiązywano przy tym – z jednej strony – do doświadczeń zagranicznych oraz ogólnych założeń reformy studiów ekonomicznych w Polsce dokonanej w następstwie ustrojowej transformacji, z drugiej – do formułowanych w środowiskach uczelnianych projektów uruchamiania nowych kierunków studiów¹. Znacznie mniej natomiast uwagi poświęcono problemom wiążącym się z określeniem istoty rozpatrywanych kierunków. Ważne jest przy tym zarówno zdefiniowanie ich zakresu przedmiotowego, jak i określenie związku z klasyfikacją naukowych dyscyplin oraz dziedzin zawodowej aktywności absolwentów². Potrzeba takiej dyskusji zapewne dotyczy wszystkich kierunków studiów ekonomicznych, szczególnie mocno jednak daje o sobie znać w odniesieniu do kierunku zarządzanie i marketing, który skupia najliczniejszą rzeszę studiujących na kierunkach ekonomicznych, a przy tym budzi najwięcej wątpliwości i sporów interpretacyjnych.

Czym więc jest kierunek studiów noszący nazwę „zarządzanie i marketing”? gdzie znajdują się jego korzenie? jakie miejsce zajmuje w strukturze szkolnictwa wyższego? kogo kształci ?

Ujmując rzecz najkrócej można powiedzieć, że omawiany kierunek studiów jest polską interpretacją kierunków określanych w krajach zachodnich jako „business economics”, „business administrations”, lub – w niemieckim obszarze językowym – skrótem BWL (Betriebswirtschaftslehre). Tego typu kierunki, oprócz podstawowych dyscyplin ekonomicznych i przedmiotów wykształcenia ogólnego, obejmują przede wszystkim wiedzę o

¹ Kierunki studiów ekonomicznych w Polsce - stan obecny i propozycje zmian, pod red. Emila Panka, Materiały z ogólnopolskiej konferencji zorganizowanej w dniach 25 – 26 października 2002 roku w Szkole Głównej Handlowej w Warszawie, Warszawa, grudzień 2002.

prowadzeniu działalności gospodarczej (biznesu). Kształcą potencjalnych przedsiębiorców i specjalistów w zakresie typowych zawodów biznesowych. Ich korzenie z reguły tkwią w dawnych szkołach i różnego rodzaju studiach handlowych (kupieckich) tworzonych w czasach, kiedy w powszechnym rozumieniu kupiec był synonimem przedsiębiorcy. W odróżnieniu od kierunków typu „economics” i „Volkswirtschaftslehre“, których korzenie tkwią w wydziałach uniwersyteckich (filozofia, prawo), studia biznesowe są nastawione bardziej praktycznie, co nie oznacza, że nie osiągają one poziomu studiów akademickich.

W Polsce proces ewolucji wyższego szkolnictwa ekonomicznego, ledwie zapoczątkowany w okresie międzywojennym, w wyniku drugiej wojnie światowej został przerwany na 50 lat. Kształcenie biznesowe nie zdążyło się w pełni ukształtować. Dlatego też w momencie przywrócenia gospodarki rynkowej proces ewolucji szkolnictwa ekonomicznego rozpoczął się od nowa, co nie oznacza, że bez ograniczeń i obciążeń wyniesionych z okresu PRL. Do najpoważniejszych tego typu uwarunkowań należy zaliczyć strukturalne deformacje w obrębie nauk ekonomicznych, przejawiające się ilościowymi i jakościowymi dysproporcjami pomiędzy potencjałami naukowymi i dydaktycznymi w zakresie poszczególnych dyscyplin i specjalności. Pomijając okres stalinowski największe możliwości naukowego rozwoju istniały w dyscyplinach stosunkowo w niewielkim stopniu uwarunkowanych czynnikami ustrojowo – politycznymi, takich jak metody ilościowe czy organizacja i zarządzanie, znacznie gorsze natomiast - w dyscyplinach ściśle ekonomicznych, które w warunkach gospodarki socjalistycznej utraciły podstawowe pole badawcze i możliwości pomiarowe w postaci samodzielnego przedsiębiorstwa, wolnego rynku i prawdziwego pieniądza. Do tej grupy, oprócz makro i mikroekonomii należy nauka o przedsiębiorstwie (biznesie), przede wszystkim w zakresie takich specjalności jak: marketing, rachunkowość i finanse przedsiębiorstw, czy analiza finansowa. W momencie przystąpienia do gruntownej restrukturyzacji szkolnictwa ekonomicznego w naszym kraju nauka o przedsiębiorstwie nie istniała jako samodzielna dyscyplina naukowa, a co ważniejsze – wśród przedstawicieli szybko odradzających się poszczególnych specjalności biznesowych w wielu przypadkach zanikło poczucie przynależności do tej dyscypliny. Lukę wynikającą z nieobecności nauki o przedsiębiorstwie wypełniły nauki o zarządzaniu, których zakres równocześnie uległ bliżej nie sprecyzowanemu rozszerzeniu. Wynikające z tego zamieszanie ujawnia się nie tylko przy okazji dyskusowania struktury kierunkowej studiów ekonomicznych, lecz także przy okazji afiliowania przewodów doktorskich i habilitacyjnych

² Interesujące wprowadzenie do takiej dyskusji w postaci odpowiednich zestawień analitycznych zawierają,

w zakresie poszczególnych dyscyplin ekonomicznych. W szczególności dotyczy to specjalistów w zakresie marketingu, rachunkowości i analizy finansowej, którzy w zależności od bliżej nie sprecyzowanych kryteriów zaliczani są albo do dyscypliny „ekonomia”, albo „nauki o zarządzaniu”. Często – zupełnie bezpodstawnie - czynnikiem rozstrzygającym o zaliczeniu pracy do nauk o zarządzaniu jest występowanie w tytule pracy słowa „zarządzanie”.

W świetle powyższych uwag zasadnym wydaje się stwierdzenie, że istotę kierunku studiów funkcjonującego w Polsce pod nazwą zarządzanie i marketing - wbrew tej nazwie - nie określają, ani nauka o zarządzaniu, ani marketing, lecz nauka o przedsiębiorstwie, a ściślej nauka o prowadzeniu działalności gospodarczej (biznesu). Marketing należy do zakresu nauk biznesowych, co oczywiście nie wyklucza możliwości wykorzystywania zgromadzonej w tym zakresie wiedzy i narzędzi badawczych w innych obszarach ludzkiej aktywności. W przypadku nauki o zarządzaniu zachodzą bardziej złożone relacje. Pola badawcze tej dyscypliny i nauki o przedsiębiorstwie pokrywają się tylko częściowo. Domeną zarządzania jest świat organizacji, którego znaczną część, ale nie jedyną, stanowią organizacje gospodarcze. Na tej zapewne podstawie od czasu do czasu pojawiają się dążenia do wyodrębnienia nauk o zarządzaniu z dziedziny nauk ekonomicznych. Z drugiej strony należy zauważyć, że działalność gospodarczą nie koniecznie trzeba prowadzić w formie zorganizowanej instytucji, bo trudno za takowe uznać liczne firmy jednoosobowe i niezatrudniające pracowników najemnych firmy rodzinne. Nieuprawnione zatem byłoby twierdzenie, że nauka o przedsiębiorstwie, (prowadzeniu działalności gospodarczej lub zarządzaniu biznesem) wchodzi w skład dyscypliny naukowej określonej w Polsce jako nauki o zarządzaniu.

Mając na uwadze konieczność racjonalnego kształtowania tożsamości naukowych dyscyplin i specjalności w dziedzinie nauk ekonomicznych oraz związanych z nimi kierunków studiów, celowym wydaje się dostosowanie obowiązującej obecnie klasyfikacji dyscyplin w dziedzinie nauk ekonomicznych do ich funkcjonowania w warunkach gospodarki rynkowej. Rysują się tu co najmniej dwa rozwiązania:

- 1) albo, nauka o przedsiębiorstwie wraz w właściwymi jej specjalnościami zostanie wyodrębniona jako nowa samodzielna dyscyplina obok istniejących dyscyplin, a więc obok ekonomii, nauk o zarządzaniu i towaroznawstwa.

2) albo, zakres dyscypliny „nauki o zarządzaniu” zostanie zawężony do zarządzanie biznesem, nadając jej tym samym jednoznacznie ekonomiczny charakter, co wymagałoby odpowiedniej zmiany nazwy tej dyscypliny. Dodatkowym efektem tego rozwiązania byłoby wyeliminowanie oczywistego nieporozumienia, jakim jest tolerowanie tej samej nazwy „nauki o zarządzaniu” dla dwóch dyscyplin zaliczonych do odrębnych dziedzin nauki: nauk ekonomicznych i nauk społecznych.

Uporządkowanie dyscyplin naukowych ułatwiłoby przedmiotowe wyprofilowanie i personalne powiązanie kierunku zarządzanie i marketing z kadrami naukowo dydaktyczną uprawnioną do legalizacji kierunku na poszczególnych uczelniach i wydziałach zgodnie z wymaganiami ustawowymi realizowanymi w procedurach akredytacyjnych.

Najmniej ważną w omawianej sprawie wydaje się kwestia nazwy kierunku, która może pozostać niezmieniona (choćby z racji zachowania ciągłości zapisów w dyplomach ukończenia studiów), lub też może zostać zastąpiona inną, jeśli znajdą się przemawiające za tym dostatecznie przekonujące argumenty i interesujące pomysły.