

Josef C. Brada

SZKOLNICTWO WYŻSZE W STANACH ZJEDNOCZONYCH Z PERSPEKTYWY EKONOMICZNEJ

1. WSTĘP

Oczywisty prymat szkolnictwa wyższego Stanów Zjednoczonych na świecie potwierdzają nie tylko wysokie miejsca uzyskiwane przez uniwersytety amerykańskie w przeróżnych światowych rankingach. Udział szkolnictwa wyższego w PKB USA, ok. 3,5%, jest wyższy niż w innych krajach; produkuje ono dużą liczbę absolwentów, a to prowadzenie wyraża się szczególnie w stopniach doktorskich i wyższych; wyniki jego badań, niezależnie czy mierzone na podstawie ilości publikacji, patentów, nagród Nobla itd., również wyprzedzają inne kraje; a jego innowacyjność w „umasowieniu” i globalizacji szkolnictwa wyższego, organizacji i zarządzaniu uniwersytetami oraz w rozwoju nowych stopni i programów studiów są często naśladowane przez zagraniczne instytucje. Atrakcyjność amerykańskich stopni dla zagranicznych studentów oraz możliwości zatrudnieniowe profesorów zagranicznych przez uniwersytety USA sugeruje, że szkolnictwo to jest bardzo konkurencyjne w stosunku do systemów szkolnictwa wyższego w innych krajach. Gdyby szkolnictwo wyższe potraktować jak przemysł, tak jak przemysł stalowy lub komputerowy, wówczas uniwersytety amerykańskie uznano by za liderów przemysłu, a Stany Zjednoczone za kraj o ogromnej przewadze konkurencyjnej nad innymi krajami.

Chociaż nauczyciele akademicy oraz decydenci wolą nie traktować szkolnictwa wyższego w kategoriach przemysłowych, szkolnictwo wyższe jest w istocie działem gospodarki, na którego produkt jest coraz większy popyt konsumencki, bowiem coraz większy odsetek społeczeństwa pragnie wyższego wykształcenia lub chce z niego uzyskać coraz więcej, np. w postaci wyższych stopni akademickich lub kontynuacji nauki. Jest to również dział gospodarki, którego produkty mierzone jako korzyści zwrotne dla szkolnictwa wyższego

z tytułu osób uzyskujących stopnień akademicki czy też jako wartość patentów i technologii, które produkuje, stanowią wysoką prywatną stopę zwrotu dla tych, którzy je uzyskują. Jest to również dział gospodarki, który dostarcza głównych efektów zewnętrznych. Wiele osób twierdzi, że szkolnictwo uniwersyteckie generuje korzyści społeczne poprzez wytwarzanie lepiej wykształconych i roztropniejszych obywateli oraz że wyniki badań uniwersytetów, mierzone pod kątem tego jak traktują badania podstawowe, są odbierane jako coś, co ma ważne oddziaływanie pośrednie na postęp technologiczny w całej gospodarce. Istotnie, uważa się, że konkurencyjność narodowa oraz wzrost PKB coraz bardziej zależą od doskonalenia nowych technologii oraz gromadzenia kapitału ludzkiego poprzez szkolnictwo wyższe.

Dalsza część tego rozdziału omawia szkolnictwo wyższe w USA jak rodzaj przemysłu i stosuje niektóre narzędzia rutynowo używane przez ekonomistów, by zrozumieć, dlaczego inne rodzaje przemysłu prosperują, dlaczego osiągają i utrzymują międzynarodową konkurencyjność oraz jak dostosowują się do zmieniających się okoliczności.

2. UNIwersYTET NIE JAKO FIRMA – JAKI JEST JEGO CEL?

Chociaż między firmami a uniwersytetami istnieją ważne podobieństwa, istnieją również ważne różnice. Podstawową jest to, że firmy maksymalizują zyski, podczas gdy uniwersytety, z wyjątkiem małej grupy nastawionych na dochód, maksymalizują coś zgoła innego – prestiż. Uniwersytet amerykański stara się podnieść swoją estymę w oczach innych uniwersytetów oraz wśród obecnych i przyszłych studentów, absolwentów, potencjalnych darczyńców, pracodawców, rządu oraz społeczeństwa. W tym sensie uniwersytety amerykańskie można by oskarżać o to, że dobrze radzą sobie w rankingach międzynarodowych, ponieważ koncentrują swoje wysiłki na takich działaniach, które podnoszą ich pozycję w owych rankingach. Jednakże nie jest to do końca trafne. Każdy, kto jest związany z jakąś uczelnią, czy to student, pracownik akademicki, czy administrator, ma wewnętrzne poczucie prestiżu przyznawanego ich uczelni. Ta uwaga zwrócona na prestiż wyraźnie wynika z faktu, że nauczyciele akademicy, administratorzy, studenci i absolwenci dokładnie wiedzą, gdzie plasuje się 'ich' uczelnia i jak ta pozycja zmienia się na przestrzeni czasu. Zamiast tworzyć opinię na temat prestiżu swojej uczelni w porównaniu z innymi uniwersytetami na podstawie zewnętrznych rankingów, osoby te oceniają zasadność tych zewnętrznych rankingów poprzez osądzenie ich zgodności z własną oceną prestiżu ich i innych uczelni. Ten prestiż

jest po części rzeczywistością opartą na osiągnięciach naukowych jej kadry i poziomie jej absolwentów, ale jest też po części odbiorem, postrzeganiem odbiorców takich jak absolwenci, studenci, inne uniwersytety oraz społeczeństwo, jak również oczywiście ci, którzy sporządzają rankingi. Maksymalizacja prestiżu jest celem zarówno amerykańskich uniwersytetów prywatnych typu non-profit, jak i stanowych wspieranych ze środków publicznych, zaś zrozumienie tego celu pomaga zrozumieć wiele z tego, co i jak te uczelnie robią.

3. UNIwersYTET JAKO FIRMA – CO JEST JEJ PRODUKTEM?

Tak jak inne firmy, uniwersytety wytwarzają wiele produktów poszukiwanych przez pewien segment rynku. Oczywistym produktem jest wykształcenie absolwentów. Tak jak w przypadku innych firm, wymaga to zastosowania procesu dodania wartości do stanu początkowego produkcji, ale różnica polega na tym, że uniwersytety dodają wartość swoim klientom, a nie do zakupionych czynników produkcji. Innymi słowy, firma produkcyjna zakupuje takie czynniki produkcji jak maszyny, pracę, surowce itp. I dodaje do nich wartość, przetwarzając je na produkt do sprzedaży. W przypadku szkolnictwa wyższego uniwersytet również kupuje pracę, kapitał itp. w celu kształcenia swoich studentów, ale wartość tego kształcenia, inaczej mówiąc – produktu, zależy zasadniczo od jakości pozyskanych studentów i to studenci są beneficjentami owej wartości dodanej. Tak więc klient jest jednocześnie czynnikiem produkcji w edukacyjnym procesie produkcyjnym.

Lepsi studenci będą cenniejszym produktem, to znaczy reprezentują wyższą wartość dodaną, nawet jeśli dany uniwersytet stosuje te same środki w swojej edukacji jak uniwersytet pozyskujący studentów o niższych kwalifikacjach¹. Prestiż jest silnym narzędziem do pozyskiwania najlepszych studentów;

¹ To pojęcie wartości dodanej jest najwyraźniej widoczne w odniesieniu do programów MBA, które znane są z tego, że studenci uzyskujący dyplom ich ukończenia otrzymują wynagrodzenie o określony procent wyższe od tego, jakie otrzymywali przed podjęciem tych studiów. Zatem programy MBA, które przyciągają najlepszych studentów, mierzone pod względem dochodów sprzed MBA, będą również generowały najwyższy wzrost wynagrodzeń po MBA liczony w dolarach. Synergia między jakością programów i studentów prowadzi więc do tego, że najlepsze programy przynoszą również najwyższe wzrosty wynagrodzeń liczone procentowo jak i te wyrażone w dolarach. Pouczające opracowanie Ashenfeltera i Kruegera (1994) wykorzystuje przykład identycznych bliźniaków, z których jeden uczęszczał na prestiżowy uniwersytet, a drugi na mniej prestiżowy. Bliźniakowi z bardziej prestiżowej instytucji, mimo identycznego wychowania i konstrukcji genetycznej, poszło w życiu lepiej pod względem zarobków.

z całą pewnością bardziej skutecznym niż lokalizacja instytucji, jej wielkość czy inne cechy, nawet pobierane czesne. Tak więc, im bardziej prestiżowa jest uczelnia, tym ‘tańszy’ i liczniejszy jest prawdopodobnie najważniejszy czynnik produkcji w procesie kształcenia, czyli student.

Oczywiście, przy stosunkowo wysokiej liczebności omawianej grupy wiekowej, która aktualnie studiuje na uniwersytetach, nie wszyscy studenci chcą uczęszczać na zajęcia lub są w stanie przyswoić sobie wiedzę wymaganą przez najlepsze uniwersytety. Zatem, jak zobaczymy poniżej, nie wszystkie uniwersytety w USA starają się osiągnąć taki sam poziom prestiżu i poziomu studentów; niektóre naprawdę wyznaczają sobie za cel najbardziej utalentowanych studentów, a inne świadomie ograniczają się do średniaków lub tych najslabszych. Jednakże niezależnie od wybranego przez uniwersytet segmentu studenckiego rynku i tak musi on starać się podnosić swój prestiż i reputację w odniesieniu do podobnych uczelni, jak i tych, które są postrzegane jako te o wyższej renomie. Jest to naturalne postępowanie, ponieważ każdy wzrost prestiżu podniesie poziom studentów, wartość uniwersyteckiego produktu, oraz – poprzez cykl samozadowolenia – uniwersytet nie tylko podniesie swoją reputację, ale i zdolność pozyskiwania lepszych studentów i, jak zobaczymy, lepszej kadry i więcej środków. To współzawodnictwo o lepszych studentów odwołuje się do amerykańskich wartości merytokracji, ponieważ uniwersytety wydają się motywowane do oferowania uposażenia lub obniżki czesnego, by przyciągnąć lepszego studenta, dostarczając środków mobilności społecznej tym, którzy mają kwalifikacje².

Drugim głównym produktem uniwersytetów są badania. Chociaż uniwersytety amerykańskie różnią się znacznie pod względem środków przeznacza-

² Jest sprawą kontrowersyjną jak duża mobilność społeczna jest wynikiem tego mechanizmu. Leonhart (2011) donosi, że w Uniwersytecie Michigan, wysoko notowanej instytucji stanowej, więcej studentów wstępujących na studia w 2003 roku „pochodziło z rodzin o dochodach na poziomie przynajmniej 200 000 dolarów rocznie niż tych z rodzin o dochodzie na poziomie dolnej części dystrybucji przychodów w badanej grupie”. Cytuje również badanie wykazujące, że w 2010 roku spośród studentów wstępujących na studia w 193 najbardziej prestiżowych uniwersytetach w USA „zaledwie 15% studentów pochodziło z dolnej części dystrybucji dochodu. 67 procent pochodziło z najlepiej zarabiającej czwartej części tej dystrybucji. Statystyki te wskazują, że w wielu kampusach liczba zamożnych studentów przewyższa liczbę studentów z klasy średniej”. Biorąc pod uwagę jak duże kwoty bogaci rodzice wydają na prywatne szkoły, nauczycieli i konsultantów pomagających w wyborze uczelni dla swoich dzieci, wydaje się, że subsydia na szkolnictwo wyższe idą w większości do bogatych, a przyjęcia do elitarnych szkół, nawet tych wspieranych przez władze stanowe, trudno nazwać zwykłym procesem merytokratycznym.

nych na badania, czasu poświęcanego przez kadrę naukową na prowadzenie badań oraz nagród przyznawanych za efektywne badania i publikacje, tylko niektóre uczelnie nastawione na generowanie dochodu zupełnie wyrzekają się badań. Badania są oczywiście, jeśli nie wyłącznie, to przynajmniej bardzo ważnym komponentem międzynarodowych rankingów uczelni. Zatem liczba zdobywców Nagrody Nobla, członków Akademii Nauk oraz prestiżowych towarzystw naukowych znacznie przyczynia się do prestiżu i rankingu uczelni. Równie widoczna i ważna dla prestiżu jest wielkość funduszy na badania pozyskiwanych przez uniwersytet w skali roku. Część tych pieniędzy to granty badawcze od rządu; inne projekty są finansowane przez fundacje lub firmy czy konsorcja biznesu. Część badań stosowanych prowadzi się w formie kontraktów dla rządu lub przedsiębiorstw.

Uniwersytet może również przeznaczyć własne środki na badania i działalność twórczą w tych dziedzinach, dla których trudniej pozyskać środki finansowe z zewnątrz. To również podnosi prestiż uczelni, ponieważ uniwersytet jest postrzegany jako patron takich badań oraz ze względu na zakres, w jakim to finansowanie przynosi wyniki w postaci publikacji i społecznego uznania dla wyników naukowych, sława naukowców z tych 'niedofinansowanych' dziedzin może jednak przyczynić się do podniesienia reputacji uczelni, szczególnie w kręgach akademickich.

Uniwersytety wspierają również badania, ponieważ tylko z aktywnym programem badawczym jest możliwe prowadzenie efektywnych programów doktoranckich. Istnienie silnych programów doktoranckich w wielu dyscyplinach – z nielicznymi wyjątkami – jest dla uniwersytetu podstawowym warunkiem aspirowania do miary prestiżu krajowego³. Siła programów doktoranckich jest

³ Swego rodzaju wyjątkiem w tym ogólnym opisie uniwersytetów amerykańskich są tak zwane elitarne college'e sztuk wyzwolonych. Są to stosunkowo małe instytucje specjalizujące się w szkolnictwie pierwszego stopnia, chociaż mogą mieć limitowane programy wyższego stopnia i oferować dziedziny studiów spoza sztuk wyzwolonych. Są one bardzo selektywne i prestiżowe, głównie ze względu na zindywidualizowane kształcenie na wysokim poziomie oraz wysoki poziom ich absolwentów. Ogólnie mówiąc, znaczenie programów wyższego stopnia dla prestiżu instytucji wyraźnie odzwierciedla termin „rozszerzenie misji” („mission creep”). Termin ten odnosi się do uniwersytetów, które powstały w celu zaoferowania taniej (o niskim prestiżu) edukacji na poziomie pierwszego stopnia. Nie przewidywano dla tych instytucji programów wyższego stopnia. Niemniej jednak jest wiele przypadków, kiedy ambitni administratorzy (i kadra nauczająca) w tych instytucjach uruchomili programy magisterskie w dziedzinach praktycznych, takich jak biznes i szkolnictwo „wychodzące naprzeciw potrzebom społecznym”, a następnie rozwinęli te programy, by włączyć inne dyscypliny oraz studia doktoranckie w celu podniesienia prestiżu instytucji i miejsca w rankingach.

mierzona jako poziom kadry naukowej i jej zdolność pozyskiwania grantów zewnętrznych na badania, jako zdolność lokowania absolwentów programów doktoranckich wśród kadry naukowej prestiżowych uczelni zarówno w Stanach Zjednoczonych, jak i za granicą oraz jako ich późniejsze osiągnięcia naukowe. W wielu dyscyplinach studenci programów doktoranckich są niezbędni dla wdrożenia programów badawczych wydziału; pełnią rolę asystentów badań i współbadaczy oraz wykonują niektóre obowiązki nauczycielskie na regularnych studiach. Jednocześnie – z wyjątkiem takich dziedzin jak prawo, medycyna czy biznes – doktoranci uzyskują pełne wsparcie finansowe ze swego uniwersytetu, który pokrywa koszty ich kształcenia oraz wypłaca im dodatkowe wynagrodzenie. Jest to naturalnie jeden z głównych obowiązków uczelni, więc musi być zaspokojony z grantów badawczych i kontraktów pozyskiwanych przez profesorów uczelni na wsparcie ich własnych badań. Tak więc lepsze badania i większa liczba badań prowadzonych przez uczelnię oraz lepsze programy doktoranckie tworzą symbiotyczny związek mający na celu podniesienie prestiżu uniwersytetów, które są w stanie osiągnąć masę krytyczną wykwalifikowanych badaczy, fundusze na badania oraz doktorantów.

Oczywiście, nie wszystkie uniwersytety mają jednakowe zdolności badawcze i te z kadrą o mniejszych możliwościach i prestiżu mogą nie być w stanie pozyskać dużych zewnętrznych funduszy na badania. Jednakże nawet na tych uniwersytetach istnieją silniejsze lub słabsze bodźce zachęcające profesorów do starania się o badania, których wyniki można opublikować w naukowych czasopismach lub książkach, oraz do podejmowania stosowanych projektów badawczych dla lokalnych władz i przedsiębiorstw w celu podniesienia prestiżu oraz widoczności uczelni na płaszczyźnie badawczej. Badania takie wymagają od uniwersytetu większego wsparcia z własnych środków w postaci czasu przydzielonego na badania, udostępnienia urządzeń oraz podwyżek wynagrodzenia dla badaczy odnoszących sukcesy.

Tak jak w przypadku kształcenia, badania również mają swoje cechy wyjątkowe jako produkt. Pierwszą z nich jest to, że – jak kształcenie studentów – badania, szczególnie badania podstawowe, mają duże znaczenie dla społeczeństwa. Po części wyjaśnia to dostępność wsparcia badań przez rząd oraz fundacje, ale określenie optymalnego poziomu takiego finansowania oraz jego dystrybucja wśród uczelni i dyscyplin naukowych stanowi dla decydentów bardzo trudne zagadnienie. Pełna kwota, którą społeczeństwo powinno przeznaczyć na badania uniwersyteckie, jest kwestią subiektywną; które dziedziny są warte wsparcia, budzi kontrowersje; a dystrybucja funduszy pomiędzy najlepsze uniwersytety posiadające potwierdzone osiągnięcia badawcze a rozwi-

jające się uczelnie pragnące znaleźć miejsce wśród najlepszych również jest przedmiotem analizy różnych opinii⁴.

Drugim problemem uniwersytetów jest przydatność badań. Tradycja akademicka oraz maksymalizacja prestiżu przez uniwersytet i samych badaczy, jak również przez rząd i fundacje finansujące badania sugerują, że wyniki badań powinny być szeroko i swobodnie rozpowszechniane. Jednak takie postępowanie zmniejsza korzyści ekonomiczne takich badań zarówno dla uniwersytetu, jak i sponsora. Szczególnie w przypadku badań stosowanych, sponsorowanych przez korporacje lub agencje rządowe, które chcą zachować wyniki w tajemnicy, w sprawie rozpowszechnienia rezultatów dojdzie do konfliktu wartości reprezentowanych przez naukowców i biznes.

Uniwersytet jako firma – Skąd bierze się dochód?

Jak każda inna firma, uniwersytet ma przychód ze sprzedaży swych produktów. Studenci opłacają kształcenie, które bardzo różni się w zależności od instytucji; najbardziej prestiżowe uniwersytety pobierają czesne trzy- czterokrotnie wyższe niż ich mniej prestiżowi konkurenci. Ponadto czesne znacznie różni się w zależności od programu studiów, jakie pragnie podjąć student. Tak zwane stopnie zawodowe, tzn. MBA w dziedzinie biznesu lub stopnie prawnicze i medyczne często wymagają od studentów znacznie wyższego czesnego niż od studentów innych programów studiów. Odzwierciedla to również wysokość dochodów tych grup zawodowych w przyszłości.

Uniwersytety prywatne mają pełną swobodę ustalania wysokości czesnego, chociaż wydaje się istnieć zmowa lub ostra konkurencja (w zależności od perspektywy z jakiej się na to spojrzeć), ponieważ najlepsze uniwersytety i elitarne college'e wydają się stosować mniej więcej takie same stawki⁵. Insty-

⁴ Podstawowy problem z finansowaniem badań ze środków publicznych polega na tym, że społeczeństwo rozumie potencjalną wartość badań w dziedzinie genetyki bądź nanotechnologii, ale jest przeciwna badaniom w dziedzinie, powiedzmy, socjologii. Po części dzieje się tak dlatego, że ta ostatnia często dostarcza wyników, które są politycznie lub ideologicznie obraźliwe dla pewnego segmentu społeczeństwa, a po części dlatego, że korzyści ekonomiczne takich badań są mniej oczywiste. Społeczeństwo często nie rozumie, że uniwersytet jest instytucją, która – jeśli ma przetrwać jako realna instytucja – musi wymagać od wszystkich pracowników akademickich, by starali się o taką samą wydajność badawczą bez względu na ekonomiczną opłacalność.

⁵ W rzeczywistości uniwersytety elitarne zmówiły się nie tylko co do wyznaczanych opłat, lecz również w kwestii oferty pomocy finansowej dla studentów. Uzasadniają to tym, że gdyby wszystkie oferowały studentom taką samą pomoc finansową, zachęcałyby

tucje wspierane przez państwo mają mniej swobody w ustalaniu czesnego. Po pierwsze, muszą stosować różne stawki dla rezydentów swojego stanu i studentów, którzy mieszkają w innych stanach. Oczywiście, ci drudzy płacą znacznie wyższe czesne⁶. Po drugie, proces ustalania czesnego wymaga udziału w nim przedstawicieli władz wybieralnych, zazwyczaj w ramach komisji złożonej z regentów lub członków rady powierniczej, mianowanych przez gubernatora stanu lub ustawodawcę stanowego. Komisja taka określa politykę w szerokim zakresie, w tym czesne za naukę w uniwersytecie lub uniwersytetach stanowych. Hojność wsparcia stanowego dla uniwersytetu, decyzja podjęta przez ustawodawcę stanowego, również ma wpływ na wysokość czesnego, jakie musi pobierać uniwersytet. Niektóre stany mają wielowarstwowy system szkolnictwa wyższego, ze szkołami zajmującymi wyższe miejsce w rankingu i o wyższym prestiżu, które pobierają wyższe opłaty niż te, którym przypisuje się mniej ambitne cele, jeśli chodzi o prestiż krajowy.

Według serii wnikliwych badań przeprowadzonych przez Winstona i Yena⁷ oraz Winston⁸, studenci uczęszczający na amerykańskie uniwersytety korzystają z subsydiów, tzn. nie płacą pełnych kosztów swego kształcenia, nawet jeśli nie otrzymują wyraźnej pomocy finansowej ze względów społecznych czy naukowych świadczonej przez uniwersytet lub rząd i płacą pełne czesne wyznaczone przez uniwersytet. Według tych badań, student uniwersytetu amerykańskiego przeciętnie nie pokrywa więcej niż połowę kosztów swego kształcenia, a gros tego 'subsydium' wynika z różnicy między średnim kosztem kształcenia studenta a pełnym kosztem wykształcenia, a nie ze stypendiów kierowanych do określonych studentów ze względu na ich sytuację socjalną lub wyjątkowe kwalifikacje. Co zaskakujące, dofinansowanie zarówno w kate-

do wyboru uniwersytetu raczej na podstawie przydatności lub wartości uczelni, a nie na podstawie kosztów. Ale miało to również oczywisty skutek w postaci zapobieżenia „licytacyjnym bataliom” o najlepszych studentów.

⁶ Paradoksalnie, prowadzi to do tego, że uniwersytety stanowe intensywnie rekrutują studentów z innych stanów w celu zdobycia środków pochodzących z wyższego czesnego, które ich obowiązuje. W odpowiedzi władze stanowe w wielu stanach wymagają, by uniwersytety przyjmowały wszystkich kandydatów na studia ze swojego stanu, którzy spełniają określone podstawowe kryteria, takie jak minimalna punktacja uzyskana ze standardowych egzaminów lub ukończenie wyższej części szkoły średniej itp.

⁷ Winston G.C., *The Economic Structure of Higher Education: Subsidies, Customer-Inputs, and Hierarchy*, Working Paper, Williams Project on the Economics of Higher Education Williams College, 1996.

⁸ Winston G.C., *Toward a Theory of Tuition: Prices, Peer Wages, and Competition in Higher Education*, Working Paper, Williams Project on the Economics of Higher Education Williams College, 2003.

goriach bezwzględnych, jak i względnych jest najwyższe na uczelniach o najwyższym prestiżu i najwyższych kosztach, a najniższe w instytucjach o niskich kosztach i niskim prestiżu. Tak więc, dla dużego prywatnego uniwersytetu badawczego czesne może stanowić jedną trzecią, a nawet mniejszą część przychodów; dla mniej prestiżowych instytucji ten udział jest, oczywiście, znacząco wyższy. Jak można się spodziewać, dofinansowanie jest wyższe w szkołach stanowych, ale instytucje prywatne, szczególnie te bardziej prestiżowe, mocno dofinansowują studentów i, jak wspomniano powyżej, większość tych studentów pochodzi z bogatych rodzin.

Mając studentów pierwszego cyklu, którzy nie pokrywają pełnych kosztów swego kształcenia, oraz studentów drugiego cyklu, którzy w wielu wypadkach nie płacą nic, uniwersytet potrzebuje innych źródeł dochodu. Dla prestiżowych uniwersytetów nastawionych na badania, badania finansowane przez sponsorów są głównym źródłem, stanowiącym około jedną czwartą lub więcej całego przychodu. Skoro wynagrodzenia profesorów takiego uniwersytetu są wysokie, jest mało prawdopodobne by taki uniwersytet pokrył dużą część tych wydatków. To raczej od wysoko opłacanych profesorów dziedzin ściągających zewnętrzne finansowanie oczekuje się utrzymania stałego strumienia grantów na badania, który pokrywa nie tylko wydatki na ich wynagrodzenia za czas pracy poświęcony badaniom, ale i koszty kształcenia studentów, ich stypendia, a czasem bardzo wysokie koszty wyposażenia i utrzymania laboratoriów. Ponadto granty pokrywają również koszty ogólne, do których należą koszty utrzymania biblioteki, komputerów, biur, sekretariatów, infrastruktury itp. Te koszty ogólne są często równe lub przewyższają kwoty z grantu przeznaczone na bezpośrednie koszty badań, tzn. wynagrodzenia i inne wydatki na badaczy zajmujących się przedmiotem grantu. Jeśli uniwersytet odnosi sukcesy w pozyskiwaniu grantów, te koszty ogólne są bardzo ważnym źródłem dochodu. Ze względu na mniejsze prawdopodobieństwo pozyskania grantów przez mniej prestiżowe uczelnie, mniej prawdopodobne jest również dofinansowywanie przez nie ich działalności edukacyjnej w ten sam sposób.

Uniwersytety sprzedają również usługi związane z ich działalnością edukacyjną i funkcją badawczą. Prowadzą domy studenckie, obiekty rekreacyjne i opieki medycznej, księgarnie, usługi gastronomiczne, parkingi itp. dla studentów i kadry⁹. Na niektórych uniwersytetach sporty zespołowe stanowią także działalność dochodową. Uniwersytety pozyskują również dochód z wynajmu swych urządzeń absolwentom oraz różnym grupom zawodowym i społecznym.

⁹ W ostatnich latach uniwersytety spotkały się z krytyką wydatków na, zdaniem części opinii publicznej, nadmiernie wystawne obiekty studenckie.

Dla uniwersytetów stanowych innym źródłem dochodu jest pozyskiwanie dotacji od rządu stanowego. Finansowanie takie jest zazwyczaj oparte na zasadzie odzwierciedlającej liczbę studentów, a ostatnio włączającej inne miary działalności, takie jak liczba stopni akademickich nadanych przez uniwersytet, liczba studentów, którzy nie ukończyli studiów itd. Niemniej jednak, szczególnie w wypadku dużych uniwersytetów stanowych ze znacznymi możliwościami badawczymi, finansowanie stanowe nie przekracza 50% kosztów i jest, do pewnego stopnia, offsetem ograniczenia czesnego przez rząd stanowy. Najnowszą tendencją jest ogólna redukcja wsparcia finansowego ze strony władz stanowych, której towarzyszy większa autonomia i wzrost czesnego.

Rząd federalny wspiera również sektor szkolnictwa wyższego na różne sposoby. Jest on głównym źródłem finansowania badań poprzez agencje, takie jak Narodowa Fundacja Nauki (National Science Foundation), Narodowe Instytuty Zdrowia (National Institutes of Health) itp. Dostarcza również wsparcia w postaci grantów i pożyczek dla studentów, którzy następnie mogą swobodnie zdecydować o wykorzystaniu grantów federalnych w wybranej przez siebie instytucji. Z biegiem czasu programy te stały się kontrowersyjne. Po części ze względu na fakt, iż obecnie studenci kończą studia ze znacznym bagażem długu, który trudno im spłacić na początku kariery. W przeszłości tak wysokie zadłużenie było gromadzone przez studentów MBA, medycyny, prawa i podobnych programów, ale znajdowało to usprawiedliwienie w przyszłych wysokich zarobkach absolwentów. Obecnie studenci mający znacznie skromniejsze perspektywy zarobkowe często kończą studia z przytłaczającym zadłużeniem. Ponadto program pożyczek znalazł się w ogniu krytyki, ponieważ był nadużywany przez sektor uniwersytetów nastawionych na dochód. Rząd oskarżył te uniwersytety o wywieranie nacisku na studentów, by podejmowali studia i zaciągali pożyczki od rządu nawet w sytuacjach, gdy studenci wyraźnie nie kwalifikowali się na studia lub dziedziny studiów dawały słabe szanse zatrudnienia. Rząd zarzucił także tym uniwersytetom częste wprowadzanie studentów w błąd w sprawie prawdopodobieństwa znalezienia dobrego zatrudnienia, jeśli jest się posiadaczem dyplomu danego uniwersytetu. Wszystko to prowadziło do niespłacania studenckich długów, które są gwarantowane przez rząd.

4. UNIWERSYTET NIE JAKO FIRMA – DAROWIZNY

Głównym źródłem dodatkowego finansowania, szczególnie dla najbardziej prestiżowych uniwersytetów, są datki oraz dochód z uniwersyteckiego kapitału darowizn (*endowment*), będący wynikiem akumulacji poprzednich

datków. Wartość kapitału darowizn najlepszych dziesięciu uniwersytetów, takich jak Princeton czy Stanford, wynosi od 15 do 20 miliardów dolarów; a są również inne uczelnie posiadające jeszcze więcej pieniędzy. Profesjonalnie zarządzane pakiety takie tradycyjnie przynoszą dochód w wysokości ponad 10% rocznie. W uniwersytetach tych dochód z darowizn i datków na rzecz uniwersytetu stanowi co najmniej 20 procent rocznego budżetu. Inne, mniej prestiżowe uniwersytety prywatne również starają się zbudować swój kapitał na bazie darowizn i wszystkie uniwersytety poświęcają znaczną część swoich profesjonalnych zasobów na poszukiwanie darczyńców wśród absolwentów, korporacji, organizacji filantropijnych oraz osób bogatych. Uniwersytety stanowe również podjęły próby budowy kapitału na podstawie darowizn jako ważnego źródła finansowania i uzupełnienia budżetu z czesnego i dotacji stanowych.

Absolwenci są głównym źródłem datków, szczególnie ci, którzy odnieśli sukces w karierze i osiągają wysokie dochody. To zrozumiałe, że instytucje prestiżowe stosujące politykę selektywnego naboru studentów będą miały większy odsetek absolwentów, którzy odnieśli sukces finansowy i którzy będą przekonani, że ten sukces jest wynikiem uzyskanego wykształcenia na prestiżowym uniwersytecie. Tak więc będą chcieli wesprzeć swój uniwersytet i podobne uczelnie, do których będą chciały uczęszczać ich dzieci, ponieważ cenią istnienie takich instytucji i stwarzane przez nie możliwości edukacyjne. Korporacje zatrudniające absolwentów konkretnego uniwersytetu, znajdujące się w tej samej społeczności lub mające z nim powiązania badawcze również będą wyrażały chęć finansowego wsparcia wysiłków na rzecz podniesienia jakości w obszarach ich zainteresowania i wykazują tendencję do hojnego wspierania uniwersytetu, na którym studiował ich naczelny dyrektor. Część darowizn dla uniwersytetu nie podlega żadnym ograniczeniom co do sposobu ich wydatkowania, ale te o wysokiej wartości zazwyczaj są skierowane na określone cele: budynek lub instytut z nazwiskiem fundatora w nazwie, program badawczy lub szkoleniowy, którym darczyńca jest szczególnie zainteresowany, lub tzw. fundowana profesura (*endowed professorship*) nosząca nazwisko fundatora, którego wielomilionowa darowizna pokrywa wynagrodzenie profesora oraz koszty jego badań. W rzeczywistości prywatni darczyńcy mogą się skusić na wsparcie mniej prestiżowych uczelni; często odnoszą one sukces w pozyskiwaniu nawet wielomilionowych darowizn ze względu na ofertę głównych darczyńców poprzez nazwy budynków, instytutów itp. oraz odwołanie się do konkretnych zainteresowań edukacyjnych, ideologicznych, religijnych i politycznych darczyńców, nawet jeśli nie są absolwentami instytucji ubiegającej się o fundusze.

Najogólniej ujmując te kwestie, osoby prywatne oraz firmy wspomagają uniwersytety, ponieważ cenią i chcą płacić za większą ‘różnorodność produktów’, to znaczy uniwersytety o poziomie wyższym niż ten, który chcą zabezpieczyć wyborcy poprzez wsparcie dla uniwersytetów publicznych. Tak więc poziom amerykańskich uniwersytetów jest bardziej wynikiem decyzji prywatnych niż publicznych, mimo że uniwersytety publiczne kształcą więcej studentów. Ponadto, zważywszy na charakter darczyńców, jest zrozumiałe, że ich darowizny płyną głównie do instytucji prestiżowych, zajmujących wysokie miejsca rankingowe. Niemniej jednak istnienie tych wysokiej rangi instytucji wywiera presję na instytucje o niższej pozycji rankingowej, zarówno te prywatne, jak i stanowe, by pozyskiwać fundusze zewnętrzne w celu podnoszenia jakości i prestiżu oraz utrzymania konkurencyjności w oczach studentów, pracowników oraz darczyńców. Tym samym prywatne datki w pewnym sensie stymulują wydatki publiczne i datki dla instytucji stanowych.

Uniwersytet nie jako firma – Kto jest właścicielem a kto kieruje firmą?

Nauki ekonomiczne podkreślają wydajność prywatnej własności środków produkcji i uczą, że najwyższą wydajność ekonomiczną uzyskuje poinformowany właściciel, którego celem jest maksymalizacja zysków. Widzieliśmy już, że większość uniwersytetów nie maksymalizuje zysków i że ich amorficznym celem jest raczej maksymalizacja prestiżu. Paradoksalnie sektor uczelni nastawionych na zysk jest sektorem przeżywającym trudności i nie odnoszącym sukcesów. Co jeszcze ważniejsze, w tej części pracy wykazemy, że prywatnym instytucjom non-profit, tzn. najbardziej prestiżowym uniwersytetom w Ameryce, nie tylko brak łatwego do zmierzenia celu, lecz także brak im łatwego do określenia właściciela i że są zarządzane, by osiągnąć cele zdeterminowanych ‘udziałowców’.

W Stanach Zjednoczonych są trzy rodzaje uczelni wyższych. Prywatne instytucje non-profit obejmują najbardziej prestiżowe uniwersytety, ale w grupie tej jest również wiele instytucji o niskich kosztach i małym prestiżu. Wiele z tych instytucji powstało w powiązaniu z konkretną grupą wyznaniową, chociaż wiele ma obecnie całkowicie świecki charakter. Niemniej jednak istnieją w USA dobrze znane uniwersytety katolickie, baptyistów, mormonów itp., które otrzymują wsparcie od swych kościołów, opowiadają się za ich wartościami i przyznają ich hierarchom funkcje w zarządzie. Rola religii w szkolnictwie wyższym nadal jest turbulentna; niektóre uniwersytety o silnej pozycji stały się z upływem czasu bardziej świeckie, a nowe uniwersytety opowiadające się za silną rolą religii w nauczaniu i organizacji powstały jako

odpowiedź na zapotrzebowanie studentów i gotowość darczyńców do ich finansowego wsparcia.

Świeckie uczelnie non-profit *de facto* nie mają właściciela. Ani pracownicy, ani studenci nie są postrzegani jako osoby mające prawa własności na tych uczelniach. Zarząd spoczywa w rękach niekomercyjnego, zespołowego ciała kierowanego przez Radę Powierniczą, która wykazuje tendencję do samoutrzymania i której członkowie są wybierani przez absolwentów i inny elektorat. W rzeczywistości amerykańskie uniwersytety non-profit mają udziałowców, a nie właścicieli. Udziałowcy ci to absolwenci, darczyńcy, przyszli i obecni studenci, rząd i firmy, które chcą korzystać z możliwości szkoleniowych i badawczych uniwersytetów. Warto odnotować, że wszystkie te grupy wyborców, z powodów wyraźnie przedstawionych we wcześniejszym omówieniu, zgadzają się, by celem była maksymalizacja prestiżu.

Udziałowcy nakładają ograniczenia na strategię i na siebie nawzajem. Amerykańscy studenci i pracownicy są bardzo mobilni. W związku z tym zmiana preferencji studenckich w zakresie rodzaju kształcenia, jakiego oczekują, oraz zmiany w postrzeganiu przez nich prestiżu uczelni mogą mieć ogromny wpływ na jej stabilność w pozyskiwaniu dobrych studentów, podobnie jak obecność konkretnych profesorów, atrakcyjne obiekty akademickie, jakość życia na uczelni itp. W ostatnich latach uniwersytety zaczęły wierzyć, że obiekty na terenie kampusu typu centra studenckie, duże hale sportowe oferujące liczne urządzenia rekreacyjne oraz zakwaterowanie przypominające hotelowe z usługami gastronomicznymi wysokiej jakości są ważnymi czynnikami przy wyborze uczelni przez studentów. Prowadzi to do twierdzeń, że uniwersytety coraz bardziej przypominają luksusowe kurorty, a nie instytucje szkolnictwa wyższego.

Darczyńcy i sponsorzy badań również mają swoje preferencje dotyczące tego, gdzie uniwersytety budują swoją siłę akademicką. Określają oni, jakie strategie budowy uniwersyteckich możliwości będą ostatecznie realne. Czasem może to stwarzać takie problemy, jak np. sytuacja, w której dar jest skierowany na studia na kontrowersyjnych kierunkach lub kiedy darczyńca jest osobą lub firmą kontrowersyjną o bardzo silnym nastawieniu ideologicznym¹⁰. Czasem oferowane są dary dużej wartości tworzące instytuty lub programy kształcenia lub badawcze, które nie są zgodne z wizją przyszłych możliwości

¹⁰ Polaryzacja amerykańskiej polityki nasiliła te tendencje. Konserwatyści zawsze uważali nauki humanistyczne i społeczne za te zdominowane przez lewicowców, a więc tę część uniwersytetu, którą należy zmarginalizować lub wchłonąć, a konserwatywna negacja ewolucji i globalnego ocieplenia przesunęła tę walkę o ideologiczną dominację na sferę nauk ścisłych.

uniwersytetu. Z drugiej strony, przedsiębiorcy w nowo powstających sektorach gospodarki lub ich firmy są często chętne do przekazania uniwersytetowi środków finansowych na rozwój możliwości w nowych technologiach, które zdobywają znaczenie, a więc dają uniwersytetom możliwość elastycznej odpowiedzi na nowe osiągnięcia w nauce i biznesie.

Uniwersytety stanowe mają właściciela. Jest nim stan, który je założył i wspiera. Wyborcy oczekują, oczywiście, niskiego czesnego dla swych dzieci i efektywnego wykorzystania publicznych pieniędzy. Ale oni również zdają sobie sprawę, że poziom kształcenia jest ważny dla przyszłego sukcesu ich dzieci. Więc jeśli nawet nie szukają jakości na poziomie najlepszych instytucji prywatnych, prestiż i rozpoznanie uczelni w skali kraju może być postrzegane jako oznaka efektywnego wykorzystania pieniędzy podatników przez administrację uczelni.

Cechą charakterystyczną nowoczesnej korporacji jest oddzielenie własności i kontroli od zarządzania. Udziałowcy już nie zarządzają korporacją; zatrudnia się do tej pracy profesjonalnych menadżerów. Tęgo typu rozwiązanie wiąże się z problemem kosztownych zachęt, ale jest on ewidentnie mniejszy od korzyści, jakie przynosi firmie profesjonalne zarządzanie. Jest to również wyraźnie widoczne na uniwersytetach amerykańskich. Prezydent uniwersytetu wybrany przez Radę Powierniczą mianuje dziekanów, dyrektorów instytutów i szefów wydziałów. Prezydent i dziekani są administratorami i jest mało prawdopodobne, by wrócili do statusu nauczycieli akademickich. Są bardzo dobrze wynagradzani, ale oczekuje się od nich zwiększenia funduszy, podnoszenia poziomu pracowników akademickich i studentów oraz wzmocnienia prestiżu uczelni.

5. UCZELNIA JAKO FIRMA – JAK KONKUROWAĆ?

Uniwersytety w Stanach Zjednoczonych mają znaczną swobodę w określeniu swojej misji oraz sposobu współzawodnictwa o studentów oraz środki. Uniwersytety mogą same decydować, jakie rynki pragną obsługiwać w sensie poziomu studentów, zakresu nauczanych dziedzin wiedzy oraz proporcji studentów pierwszego i drugiego cyklu kształcenia. To pomaga najlepszym instytucjom utrzymać jakość w obliczu dramatycznego wzrostu liczby studentów pragnących zdobyć wykształcenie uniwersyteckie. W rzeczywistości najlepsze uniwersytety dużo bardziej rozszerzyły przyjęcia na programy drugiego cyklu szkolenia niż na studia pierwszego stopnia. Pozwala to im utrzymać model ‘elitarnych’ studiów pierwszego cyklu i daje szansę innym dobrym uczelniom

na przyjęcie dodatkowej liczby dobrze przygotowanych studentów, którzy pojawili się na rynku. Pozwoliło to również rozwinąć się tańszym instytucjom o niższym poziomie, ponieważ zaspokoili popyt słabiej przygotowanych studentów, zorientowanych raczej na zdobycie kwalifikacji zawodowych, którzy znaleźli się na rynku szkolnictwa wyższego z powodu masowości wykształcenia uniwersyteckiego.

Korzyści z takiej naturalnej różnorodności strategii konkurencyjnych są oczywiste, kiedy weźmie się pod uwagę los elitarnych uniwersytetów w obliczu wzrostu przyjęć na uczelnie w innych krajach. Bez zróżnicowania misji czy też strategii rozwoju i zarządzania zasobami niezbędnymi do rozwoju wiele instytucji szkolnictwa wyższego uważanych kiedyś za elitarne oraz środowiska naukowe w Europie i innych regionach rozrosły się do wielkich, niemożliwych do zarządzania ośrodków biurokracji, które nie są w stanie zagwarantować jakości badań ani nauczania.

Innym obszarem, w którym amerykańskie uczelnie mają swobodę wyboru decyzji strategicznych, jest ich udział w procesie globalizacji. Pozostawione same sobie w kwestii określenia roli, jaką mają odegrać w tej strategii zagraniczni studenci i kadra, wiele instytucji wykorzystało globalizację jako sposób na wzmocnienie swej konkurencyjności. Napływ europejskich naukowców do USA przed wybuchem drugiej wojny światowej był silnym bodźcem dla wielu dziedzin nauki, szczególnie w instytucjach elitarnych. W konsekwencji wiele uniwersytetów, w tym duże uniwersytety stanowe, pragnących rozszerzyć swe programy studiów drugiego stopnia a wraz z nimi swoją wydajność badawczą, zwróciło się w kierunku dobrze wykształconych studentów zagranicznych. I tak, mój uniwersytet – Uniwersytet Stanowy w Arizonie – instytucja wspomagana przez stan z 6 milionami ludności, czyli mniejszy od większości krajów Unii Europejskiej, ma około 4 tysiące studentów zagranicznych na studiach drugiego stopnia, a większość z nich zapisała się na studia doktoranckie. Dla porównania, szacuje się, że w całej Europie w 2005 roku na studia doktoranckie zapisało się 65 000 studentów, co wskazuje na dużo niższy poziom globalizacji uniwersytetów europejskich.

Globalizacja miała również wpływ na badania, ponieważ przywództwo globalnego myślenia stało się ważnym komponentem prestiżu w kręgach akademickich. Tak więc nacisk uniwersytetów amerykańskich na badania prowadzone przez kadre, a szczególnie jej publikacje, uczyniły z naukowców amerykańskich, amerykańskich czasopism naukowych i wydawnictw uniwersyteckich oraz amerykańskich uniwersytetów nazwy powszechnie znane w kręgach naukowych na świecie. Amerykańskie uniwersytety mogą nie tylko zatrudniać u siebie swych najlepszych absolwentów, ale mogą również

pozyskiwać kadrę z zagranicy. O tym wzroście zaufania do zagranicznych naukowców świadczą dane dotyczące wiz H1-B, wydawanych przez rząd USA. Są to wizy dla obcokrajowców mających wyjątkowe umiejętności z punktu widzenia amerykańskich potrzeb. Ten program wizowy jest wykorzystywany przez duże amerykańskie firmy poszukujące najlepszych światowych inżynierów i naukowców. Uniwersytety również szeroko korzystają z tego programu, by ściągnąć zagranicznych naukowców do swojej kadry. W latach 1999–2000 IBM uzyskał 126 takich wiz pozwalających zatrudnić zagranicznych inżynierów i naukowców i ściągnąć ich do USA. Uniwersytet w Waszyngtonie uzyskał 113 takich wiz, Uniwersytet w Pensylwanii 97, Stanford 73, Harvard 70 a Yale 61. Świadczy to o tym, jakie środki są przeznaczane przez wiodące uniwersytety na pozyskanie jak najlepszej światowej kadry naukowej.

6. PROFESOR JAKO PRZEDSIĘBIORCA

Prestiż uniwersytetu w dużej mierze zależy od prestiżu jego kadry naukowej. Tak więc rodzaj kadry naukowej, jaką uniwersytet jest w stanie pozyskać, oraz zachęty, jakie jest w stanie zaoferować, by uzyskać wysoką produktywność badań, są kluczem do sukcesu w rankingach. W środowisku w dużym stopniu autonomicznych uniwersytetów dążących do podniesienia prestiżu, profesor jest podobny do małej firmy. Ma swobodę wyboru projektów badawczych, ale musi dokonywać tych wyborów, biorąc pod uwagę możliwości współzawodnictwa o pieniądze, prestiż, dostęp do środków badawczych i dobrych studentów, szczególnie tych z programów podyplomowych oraz możliwość przeprowadzenia badań, których wyniki będą opublikowane, cytowane i wykładane nowicjuszom w danej dziedzinie. Odniesienie sukcesu w tym współzawodnictwie pozwala profesorowi utrzymać posadę, awansować i umocnić pozycję na zewnętrznym rynku pracy. Sukces akademicki oznacza możliwość przeniesienia do bardziej prestiżowego uniwersytetu, gdzie nauczanie może zabierać mniej czasu, a dawać więcej satysfakcji, ponieważ praca polega tam na współpracy z lepszymi studentami, gdzie kontakty ze zdolniejszymi kolegami tworzą synergię w badaniach, i gdzie lepsze urządzenia do badań i zdolniejsi asystenci podnoszą możliwości własne profesora.

Ze względu na to, że uniwersytety mają swobodę w ustalaniu wynagrodzeń, nie istnieją żadne taryfikatory płacowe oparte na stażu pracy lub okresie posiadania stopnia naukowego. Wynagrodzenie każdego profesora jest wynikiem negocjacji zainteresowanego z uniwersytetem i nie ma dwóch profesorów, nawet na tym samym wydziale i z takim samym stażem, którzy mieliby

takie samo wynagrodzenie. Coroczne podwyżki wynagrodzenia w głównych uniwersytetach badawczych są oparte na wynikach, a głównym składnikiem tych wyników jest zdolność do pozyskania grantów, publikowania wyników badawczych w prestiżowych czasopismach i promowania doktorantów. Jeżeli uniwersytet źle wyceni profesora, ma on możliwość zwrócenia się w kierunku rynku zewnętrznego; inne uniwersytety rutynowo składają oferty pracownikom naukowym, których wyniki badań są już dobrze znane lub wydają się obiecujące. Oferty takie zazwyczaj oznaczają znaczny wzrost płacy, lepsze warunki pracy itp., a jeśli aktualna uczelnia profesora zechce, może zweryfikować swoją ofertę. Istnienie aktywnego rynku dla pracowników naukowych służy więc znalezieniu równowagi między osobistymi interesami pracowników a interesem uniwersytetu by maksymalizować prestiż.

7. WNIOSKI Z DOŚWIADCZEŃ AMERYKAŃSKICH

Z perspektywy ekonomicznej sukces sektora szkolnictwa wyższego w USA jest zgodny z tym, co wiemy o źródłach konkurencyjności w innych obszarach gospodarki. Swoboda firm w ustanawianiu swej strategii dochodzenia do sukcesu jest oczywistym elementem. Przemysł, którego strategia napotyka regulacje lub restrykcje, zaczyna tracić swą przewagę konkurencyjną lub jest zmuszony stosować wąski zakres sposobów konkurowania. Ponadto im mniej restrykcji, tym lepiej firmy wykorzystują nisze rynkowe, aby zapewnić sobie przetrwanie lub rozwinąć nowe sposoby świadczenia usług klientom. Konkurencja między firmami jest podstawowym motorem sukcesu w danej dziedzinie, co jest dobrze znane z badań Michaela Portera¹¹. Konkurencja przejawia się w szkolnictwie wyższym USA na wiele różnych sposobów: istnieje konkurencja o prestiż, studentów, kadre akademicką, fundusze na badania i darczyńców. To współzawodnictwo spowodowało wzrost wydatków na szkolnictwo wyższe, znacznie ponad poziom, jaki zaakceptowałiby wyborcy, gdyby nie konkurencja. Potrzeba konkurencji wraz z zarządzaniem, które reaguje na dużą liczbę udziałowców w sektorze prywatnych uniwersytetów, dało uniwersytetom amerykańskim niespotykany stopień autonomii, ale autonomii, która jest bardzo zdyscyplinowana z powodu presji konkurencyjnej oraz współistnienia interesów wielu udziałowców.

Sytuacja ta powinna być postrzegana jako wysoce zależna od drogi rozwoju, a więc doświadczenia amerykańskie mogą natrafić na ograniczenia

¹¹ M.E. Porter, *The Competitive Advantage of Nations*, Free Press, New York 1990.

w innych krajach. Wyższe wydatki na uniwersytety w celu zrównania się z poziomem amerykańskim mogą pomóc, ale jeśli nie będzie mechanizmów konkurencyjnych, korzyści z wyższych wydatków będą ograniczone. Podobnie większa autonomia uniwersytetów bez przemyślenia zarządzania nimi a szczególnie roli kadry akademickiej (i studentów) lub rządu w zarządzaniu może nie przynieść takich samych wyników. Na koniec, istnieje problem dotyczący stworzenia konkurencji i mobilności w krajach, w których populacja może utrzymać zaledwie kilka uniwersytetów. Zapewne istnieją doświadczenia amerykańskie, które mogą być lekcją dla innych, ale ich zastosowanie będzie raczej wymagać kreatywności i wrażliwości na warunki miejscowe, a nie powielanie amerykańskiego systemu finansowania, instytucji i polityki.

BIBLIOGRAFIA

- Ashenfelter O., Krueger A.B., *Estimates of the economic return to schooling from a new sample of twins*, „American Economic Review”, 1994, 84, s. 1157–1173.
- Leonhart D., *Top Colleges, Largely for the Elite*, „New York Times”, Business Day Section, May 24, 2011, s. 1.
- Porter M.E., *The Competitive Advantage of Nations*, Free Press, New York 1990.
- Winston G.C., Yen I.C., *Costs, Prices, Subsidies, and Aid in U.S. Higher Education*, Working Paper, Williams Project on the Economics of Higher Education Williams College, 1995.
- Winston G.C., *The Economic Structure of Higher Education: Subsidies, Customer-Inputs, and Hierarchy*, Working Paper, Williams Project on the Economics of Higher Education Williams College, 1996.
- Winston G.C., *Toward a Theory of Tuition: Prices, Peer Wages, and Competition in Higher Education*, Working Paper, Williams Project on the Economics of Higher Education Williams College, 2003.

STRESZCZENIE

Opracowanie przedstawia analizę amerykańskiego szkolnictwa wyższego, na podstawie której wykazano, że źródłami sukcesu szkolnictwa wyższego w Stanach Zjednoczonych – w porównaniu z sektorami szkolnictwa wyższego w innych krajach – są swoboda uniwersytetów w kształtowaniu swych wła-

snych strategii, konkurencja oraz stosunkowo wysoki poziom finansowania. Zapewne są nauki płynące z doświadczeń amerykańskich, ale ich zastosowanie wymaga raczej kreatywności i wrażliwości na warunki lokalne aniżeli prostej próby powielenia amerykańskich instytucji, ich polityki i sposobu finansowania.

SUMMARY

The article presents the analysis of higher education in the United States and proves that the sources of success of the US higher education – in contrast with higher education sectors in other countries – are the freedom of universities to develop their own strategies, competition and relatively high levels of funding. There are obvious lessons to be learned from the American experience but their application requires creativity and sensitivity to local conditions rather than just an attempt to duplicate the American institutions, their policy and funding systems.

РЕЗЮМЕ

В статье представлена попытка анализа американского высшего образования как экономической отрасли и использованы некоторые инструменты, обычно применяемые экономистами с целью выяснения, почему некоторые отрасли экономики процветают, достигают и сохраняют международную конкурентоспособность и приспосабливаются к сменяющимся обстоятельствам. На основе этого анализа выявлено, что источниками успеха высшего образования в Соединённых Штатах – по сравнению с секторами высшего образования в других странах – являются свобода выбора университетами формирования своих собственных стратегий, конкуренция, а также относительно высокий уровень финансирования. Несомненно, имеют место теории и принципы, базирующиеся на американском опыте, однако их применение требует гибкости и чувствительности к местным условиям, а не просто попытки дублирования американских учреждений, их политики и способа финансирования.