

Outreach aktivity univerzit

Liběna TETŘEVOVÁ

Abstract

The article deals in details with the problems of outreach. Firstly, outreach idea is explained. The outreach concept represents partnership between universities and external subjects – firms, nonprofit organizations and organizations of public sector. Typology of outreach activities is characterized as well. Secondly, effects of universities activities (education, research and outreach) are described. Finally, the current situation of universities behavior is evaluated.

Klíčová slova

Univerzity, outreach aktivity, vzdělávací aktivity, vědecko-výzkumné aktivity, zainteresované skupiny

Úvod

Dnešní ekonomické i společenské prostředí představuje neustále se měnící okolí, ve kterém každý subjekt (ať už jednotlivec, podnik, instituce či organizace veřejného sektoru či nezisková organizace), chce-li obstát, musí se stát dynamickým, otevřeným a adaptabilním organismem.

Většina subjektů podnikatelského sektoru zejména v důsledku reálně hrozícího rizika bankrotu a působení ziskového motivu tuto skutečnost velice rychle rozpoznala a akceptovala. V případě subjektů neziskového sektoru, zejména neziskového veřejného sektoru, je však situace odlišná. Zvláště významně se v této oblasti projevuje strnulost a uzavřenost řady vysokoškolských institucí (pozn. jako synonymum bude rovněž používán pojem univerzita). Důvodů je přitom celá řada, za hlavní můžeme považovat následující:

- téměř stoprocentní finanční závislost na prostředcích veřejných rozpočtů;
- bezplatně poskytované vzdělání (výstup s nulovou cenou), tj. nezavedení školného;
- neexistence přímé závislosti mezi vstupy a kvantitativní a kvalitativní stránkou výstupů, tj. užitky;
- absence bezprostředního rizika bankrotu.

Jenou z cest změny je přitom **přijetí „outreach“ konceptu**, který usiluje o aktivní spolupráci univerzit se svým externím prostředím, ale i naopak podporuje externí subjekty ke spolupráci s vysokoškolskými pracovišti.

1. Outreach aktivity - vymezení a druhy aktivit

Outreach aktivitami se rozumí spolupráce univerzit s externím prostředím, tj. s podniky a organizacemi veřejného a neziskového sektoru (Husárová, 2007, s. 39). Opomenout v tomto ohledu však nelze ani domácnosti jako významný subjekt národního hospodářství.

Podstata outreach aktivit spočívá v rozšíření nabídky vzdělávacích a vědecko-výzkumných aktivit vysokých škol směrem k potřebám externích subjektů.

Záměrem je vybudovat síť vzájemné spolupráce mezi univerzitami a jednotlivými sektory národního hospodářství, a to ziskovým podnikatelským sektorem, neziskovým veřejným sektorem, neziskovým soukromým sektorem (neziskové organizace) a neziskovým sektorem domácností - blíže viz (Tetřevová, 2008, s. 25 - 28).

Klíčové aktivity univerzit v kontextu sektorů národního hospodářství jsou patrné z Obrázku č. 1.

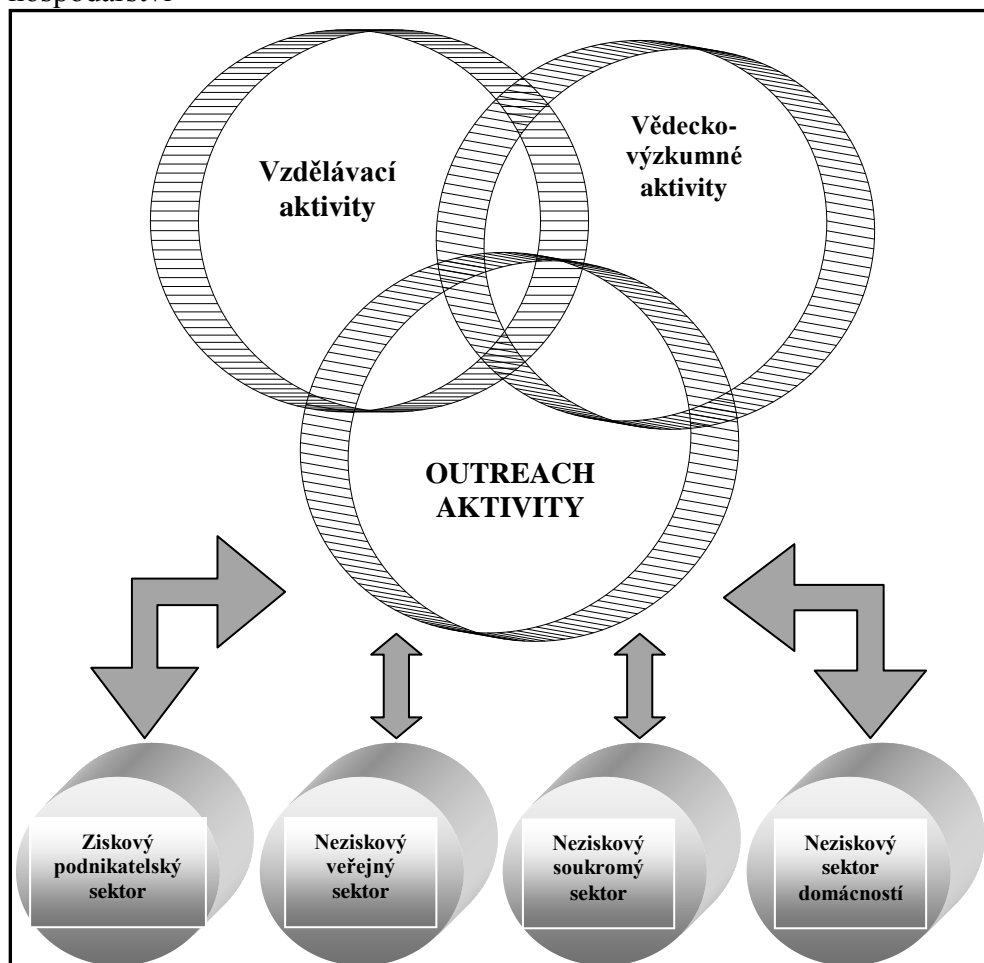
Outreach aktivity bychom pak z hlediska charakteru realizovaných aktivit mohli **rozdělit na:**

1) **outreach aktivity vycházející ze vzdělávacích aktivit univerzit**, např.:

- realizace standardních studijních programů v distanční formě vzdělávání;
- realizace programů celoživotního vzdělávání;
- nabídka programů univerzit třetího věku;
- aktivní (akademičtí pracovníci jako lektori) či pasivní (akademičtí pracovníci a studenti jako posluchači) účast na firemních školeních, školeních organizovaných obcemi či kraji apod.;
- spolupráce při přípravě studijních programů a oborů či sylabů odborných předmětů;
- spolupráce při tvorbě závěrečných prací (bakalářských, diplomových, rigorózních, disertačních anebo habilitačních);
- spolupráce při zajišťování praxí a stáží nejen pro studenty, ale i pro akademické pracovníky;
- spolupráce při zajišťování odborných exkurzí;

- participace na organizování kontaktních dnů pro studenty, vč. možného náboru absolventů;

Obrázek č. 1 Klíčové aktivity univerzit v kontextu sektorů národního hospodářství



Zdroj: Vlastní zpracování.

2) *outreach aktivity vycházející z vědecko-výzkumných aktivit univerzit*, např.:

- řešení projektů podle zadání externího subjektu;
- vzájemná participace na projektech (univerzitních či externích subjektů);
- zpracování odborných posudků a expertíz;

- odborné konzultace.
- 3) ***další outreach activity***, např.:
- pronájem prostor univerzitního kampusu (přednáškových sálů, ubytovacích, stravovacích či volnočasových kapacit);
 - pronájem univerzitního zařízení (počítačových či jiných odborných laboratoří);
 - účast externích subjektů na konferencích či odborných seminářích pořádaných vysokoškolskými pracovišti.

Rozvoj outreach aktivit univerzit je však nemyslitelný bez realizace řady změn, které musí vycházet především ze změny myšlení a postojů zejména akademických pracovníků univerzit. Podle názorů manažerů firem a organizací veřejného a neziskového sektoru v České republice je třeba **zaměřit pozornost pracovníků univerzit na** (Husárová, 2007, s. 15):

- informování o možnostech spolupráce (71,4 % respondentů);
- zlepšení (sebe)marketingu (71,4 % respondentů);
- poskytování kvalitních služeb (71,4 % respondentů);
- jasné stanovení typů spolupráce (69,2 % respondentů);
- vytvoření nabídky v souladu s potřebami externího prostředí (61,5 % respondentů);
- jasné stanovení odpovědnosti za outreach (60 % respondentů).

2. Efekty univerzitních aktivit

Cílem outreach aktivit z celospolečenského pohledu je přispět transferem znalostí k ekonomickému i sociálnímu růstu a rozvoji společnosti. Z pohledu samotných univerzit pak jde i o to, zajistit si alternativní finanční zdroje díky tzv. „akademickému podnikání“.

Činnost univerzit a jejich jednotlivých pracovišť přitom může mít rozmanité vlivy směrem ke svému okolí. Tyto vlivy (či **účinky**) lze rozdělit na:

- ***mikroekonomické*** - např. přínos k rozvoji lidského potenciálu jednotlivých členů společnosti, který je spojen s pozitivními ekonomickými efekty, příspěvek k posílení finančního zdraví, konkurenceschopnosti a technické a technologické úrovně firem, podpora efektivnosti organizací veřejného sektoru ve smyslu metodologie 3E, založené na sledování hospodárnosti (Economy), produktivity (Efficiency) a účinnosti (Effectiveness), posílení

výkonnosti neziskových organizací např. v důsledku univerzitního dobrovolnictví;

- **makroekonomické** - především vyšší daňové výnosy příslušných veřejných rozpočtů plynoucí z vyšší výkonnosti podnikatelských subjektů a vyšších mezd osob s vyšším vzděláním, úspory veřejných financí např. v oblasti sociálního zabezpečení - podpor v nezaměstnanosti, různých sociálních dávek apod.;
- **mimoekonomické** - zejména vyšší kvalita společenského života, která se následně projeví např. v dobře fungující demokratické společnosti či nižší míře kriminality - podrobněji k mimoekonomickým účinkům viz (Nepolská, 2003, s. 67).

Závěr

Strategický význam vzdělávacího a vědecko-výzkumného potenciálu neustále roste a stává se zdrojem nového typu rozvoje nejen v rámci národních ekonomik a jejich seskupení, ale i v rámci globalizujícího se světa (Klas, 2006, s. 879). Klíčovou roli v tomto procesu hrají vysokoškolské instituce. Hlavními činnostmi (tzv. core business) univerzit je vzdělávací a vědecko-výzkumná činnost. Současné turbulentní prostředí přitom vytváří zvýšené požadavky nejen na „core“ aktivity univerzit, ale i na jejich outreach aktivity.

Řada vysokoškolských pracovišť v České republice i na Slovensku však stále inklinuje k setrvačnosti a jsou charakteristické svým odporem ke změnám. Jejich akademičtí pracovníci lpí na tradičních vzdělávacích požadavcích a na tradičním přístupu ke svým studentům i svému okolí, ignorují přitom rychle se měnící ekonomické a sociální prostředí i potřeby společnosti.

V důsledku rostoucí domácí i zahraniční konkurence na straně nabídky (v souvislosti se vstupem do Evropské unie) a klesající poptávky po studiu (vlivem demografického vývoje), ale i v důsledku připravované reformy finančního mechanismu vysokého školství (V České republice bude nově zohledňována spolupráce vysoké školy s průmyslem a aktivity vysoké školy v regionu. Akcent bude kladen na možnosti vícezdrojového financování činnosti vysokých škol, zejména z oblasti podnikatelské sféry. Při rozdělování veřejných prostředků pak bude přihlíženo k výši prostředků, které vysoká škola získá z alternativních zdrojů, zejména zdrojů soukromých - blíže viz (MŠMT ČR.) bude úspěšnou jen taková univerzita,

kteřá se bude chovat tržně a efektivně, univerzita, kteřá bude vycházet z pocitu služby veřejnosti - blíže viz (Ripková, 2006, s. 61).

Literatura

HUSÁROVÁ, A. a kol. 2007. Analýza potřeb univerzitního managementu, akademiků a zástupců firem a organizací veřejného a neziskového sektoru v oblasti jejich vzájemné spolupráce. Závěrečná výzkumná zpráva. 1. vyd. Olomouc: DMD agency.

KLAS, A. 2006. Zmeny v postavení výskumu v druhej polovici 20. storočia. Ekonomický časopis, roč. 54, č. 9, s. 870 - 880. ISSN 0013-3035

MŠMT ČR. Koncepce reformy terciárního vzdělávání v ČR. Dostupné z http://www.msmt.cz/uploads/bila_kniha/Koncepce_reformy_VS_Kolodeje.pdf.

NEPOLSKÁ, K. 2003. Vliv vzdělávání na formování lidského kapitálu. In: Sborník příspěvků z odborného semináře Ekonomické aspekty vzdělanosti v regionálním kontextu I.; Ústí nad Labem, s. 65 - 68. ISSN 80-7044-499-1

RIPKOVÁ, H. 2006. Vysoké školství v USA. 1. vyd. Praha: Karolinum. ISBN 80-246-1151-1

TETŘEVOVÁ, L. 2008. Veřejná ekonomie. 1. vyd. Praha: Professional Publishing. ISBN 978-80-86946-79-5

Adresa autora

doc. Ing. Liběna Tetřevová, Ph.D.

Katedra ekonomiky a managementu chemického a potravinářského průmyslu

Fakulta chemicko-technologická

Univerzita Pardubice

Stavařov 97 Pardubice

tel. +420 46 603 6661

e- mail: libena.tetrevova@upce.cz