

А. В. Зубарев, кандидат исторических наук
Институт бизнеса БГУ, Минск, Беларусь.

ПЕРСПЕКТИВЫ ПРЕПОДАВАНИЯ ИСТОРИИ БИЗНЕСА НА ПЕРВОЙ СТУПЕНИ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

В статье анализируется международный опыт использования истории бизнеса в качестве учебной дисциплины при подготовке современных менеджеров. Автор приходит к выводу, что бизнес-история может стать важным инструментом для изучения капитализма как экономического и социокультурного феномена.

Ключевые слова: бизнес-история, А. Чандлер, бизнес-образование, предпринимательство, инновации

A. V. Zubarev, PhD in Historical sciences
School of Business of BSU, Minsk, Belarus

PERSPECTIVES OF TEACHING BUSINESS HISTORY ON UNDERGRADUATE COURSES

The article analyzed business history as a course for business students. Author concludes that business history can provide framework for understanding the history of capitalism as social, cultural and economic phenomenon.

Keywords: business history, A. Chandler, business education, entrepreneurship, innovation

Гуманитарное образование играет важную роль в подготовке будущих менеджеров. Чтобы понять текущее состояние бизнеса и спрогнозировать его дальнейшее развитие важно рассматривать его в контексте того исторического пути, который он прошел от основания. Большую часть XX в. бизнес в легальной форме в Беларуси вести было невозможно, однако на рубеже 1980–1990-х гг. происходит либерализация хозяйственной жизни, а роль частных компаний в экономике значительно возрастает. В этих условиях изучение истории формирования отечественного бизнеса становится особо актуальным для бизнес-образования.

Бизнес-история как научное направление и учебная дисциплина зародилась в США в конце XIX в., но только в 1927 г. в Гарвардской бизнес-школе появилась первая кафедра истории бизнеса во главе с Н. Грасом. Первоначально бизнес-история рассматривалась как позитивистское научное направление в рамках экономической истории, изучающее историю различных компаний и фирм, биографии предпринимателей. Однако на рубеже 1950–1960-х гг. внимание историков бизнеса начинают привлекать проблемы развития частных предприятий в разных странах мира и на различных рынках, а исследования принимают концептуальный характер. Крупнейшим исследованием этого периода следует назвать работу американского историка А. Чандлера «Видимая рука: управленческая революция в американ-

ском бизнесе», в которой он на основе исследований четырех крупнейших американских компаний сделал вывод, что их главным конкурентным преимуществом являлись организационные инновации, а ведущую роль в этих компаниях играют наемные менеджеры, а не харизматичные предприниматели [1]. В 1950–1960-х гг. происходит размежевание между экономической историей и бизнес-историей, для которой было характерно использование качественных методов и методологии гуманитарных наук [2, с. 9–10].

К концу XX в. сложилось проблемное поле бизнес-истории, в которое входит целый комплекс вопросов: взаимоотношения государства и бизнеса, бизнес-культура в компаниях различного масштаба и отраслевой специфики, предпринимательство и инновации, глобализация и ее влияние на развитие бизнеса. Таким образом, бизнес-история как научная дисциплина изучает историческую эволюцию бизнес-систем, предпринимателей и фирм, а также их взаимодействие с политическим, экономическим и социальным окружением. Историки, работающие в рамках данного направления, используют множество количественных и качественных методологий, однако все разделяют понимание важности изменений во времени [3, р. 3].

История бизнеса – учебная дисциплина, которая широко используется за рубежом при подготовке специалистов управленцев и экономистов на первой и второй ступенях высшего образования. Как правило, данная дисциплина под тем или иным наименованием входит в перечень дисциплин по выбору студента. В преподавании истории бизнеса в зарубежных вузах можно выделить четыре основных методологических подхода. Первый, традиционный подход, ориентирован на изучение истории конкретных фирм и истории менеджмента. Данное направление особенно популярно в США и рассматривает такие вопросы, как эволюция фирм, взаимоотношения бизнеса и государства, изменения, которые происходят из-за ускорения процессов экономической глобализации (Университет Северной Каролины, Университет Боккони и др.).

Второй подход – изучение вопросов истории капитализма самого по себе, взятых во всей совокупности социальных, культурных и политических феноменов. Такие курсы являются во многом эклектичными и междисциплинарными, а их содержание может содержать элементы рабочей, культурной и экономической истории (Техасский университет в Остине, Оксфордский университет и др.).

Третий подход предполагает, что в рамках курса по бизнес-истории преподается, по сути, финансовая и банковская история. Для таких курсов характерно большое внимание законодательной, политической и коммерческой истории (Гарвардская бизнес школа, Копенгагенский университет, Университет Квинс в Белфасте и др.).

Четвертый подход предполагает, что изучение истории бизнеса осуществляется в рамках отдельных проблемных тем или вопросов (например, «Глобализация», «Инновации» и т. д.) или через призму истории «финансовых кризисов» (Норвежский технологический университет, Университет Барселоны и др.) [4, р. 4–6].

Бизнес-история преподается не только студентам, изучающим экономику и управление, но и студентам гуманитарного профиля. На этих курсах уделяют внимание тому, как история может использоваться для принятия стратегических решений сегодня в конкретной стране и на глобальном уровне. Так, в США и странах Западной Европы данные курсы часто используют исторические кейс-стадии (анализ стратегического выбора и последствий в определенных ситуациях), тогда как в Латинской Америке, эти курсы больше направлены на исследование политических проблем во взаимоотношениях между государством и бизнесом.

Опыт зарубежных стран показывает, что бизнес-история имеет высокий потенциал для преподавания в учреждениях высшего образования Республики Беларусь при подготовке менеджеров и экономистов. На наш взгляд, на современном этапе развития истории бизнеса

в Беларуси наиболее оптимальным является подход, предполагающий, что в рамках истории бизнеса преподается история капитализма как экономического и социокультурного феномена.

Список использованных источников

1. *Chandler, A.* The visible hand: the managerial revolution in American business / A. Chandler. – Cambridge : Harvard University Press, 1977. – 609 p.

2. *Куликов, В.* Бизнес-история как научное направление / В. Куликов // Вестник Харьковского национального университета им. В. Н. Каразина. Сер. История. – 2014. – Вып. 49, № 1134. – С. 5–16.

3. The Oxford Handbook of Business History / G. Jones, J. Zeitlin. – Oxford : Oxford University Press, 2008. – 717 p.

4. Guide to Business History courses worldwide [Electronic resource] / W. Freedman, G. Jones. – Mode of access: <http://www.hbs.edu/businesshistory/Documents/00-final-volume-2-report-Oct%2017-2012-with-cover.pdf>. – Date of access: 22.02.2019.