

UNIVERSITETAS KAIP SOCIALIAI ATSAKINGA ORGANIZACIJA

Rūta Golubavičiūtė¹, Andrius Guzavičius²

Kauno technologijos universitetas, Lietuva

¹ruta.golubaviciute@ktu.lt, ²andrius.guzavicius@ktu.lt

Anotacija

Užsienyje švietimo organizacijų konkurencijos kūrimo ir plėtojimo tema yra labai aktuali, gausu įvairių mokslinių publikacijų. Tuo tarpu Lietuvoje ši tema dar nauja. Konkurencijos tema tarp švietimo organizacijų tapo aktuali tik 2008 metais prasidėjus švietimo reformai, situacija iš esmės pakito. Universitetas turi tapti konkuruojančiu, įsitvirtinti rinkoje ir užsitikrinti savo išlikimą. Universitetas vis dažniau apibūdinamas kaip švietimo organizacija, kuriai, kaip ir kitoms organizacijoms, būtina atsižvelgti į visuomenės poreikius.

Mokslo leidiniuose dažniau randami tokie straipsniai, kuriuose nagrinėjamas verslo įmonių socialinė atsakomybė, tačiau konkrečiai apie universitetų socialinę atsakomybę beveik neužsimenama. Šiuolaikinėje literatūroje organizacijos socialinę atsakomybę nusako 3 jos dimensijos lygiai: I lygis - organizacija vykdo ekonominius ir įstatyminius įsipareigojimus, II lygis - reaguoja į visuomenės poreikius, III lygis - savarankiškai sprendžia visuomenės socialines problemas. Universitetai kaip ir kitos švietimo organizacijos, pasiekia aukščiausią socialinės atsakomybės lygmenį. Šiandien universitetai skatinami veikti rinkos ekonomikos sąlygomis, sutelkti dėmesį į konkurenciją ir visuomenės poreikius. Universitetai gali nesugebėti išlaikyti aukščiausią socialiai atsakingos organizacijos lygmenį aštrios konkurencijos kontekste.

Raktažodžiai: organizacija, socialinė atsakomybė, konkurencija, universitetai.

Įvadas

Dabartiniame pasaulyje viskas sparčiai kinta, universitetas taip pat ne išimtis. Vis dažniau diskutuojama, jog universitetas dirba rinkos ekonomikos sąlygomis, jog universitetas – konkuruojanti organizacija. Toks požiūris kol kas dar yra gana naujas.

Lietuvos švietimo organizacijos tame tarpe ir universitetai neturi ne tik ilgametės konkuravimo patirties švietimo sektoriuje, bet taip pat susiduriama su palyginti menku Lietuvos mokslo atstovų domėjimusi šia tema.

Konkurencijos tema tarp švietimo organizacijų ilgą laiką nebuvo aktuali. Tačiau pastaruoju metu naujos jėgos restruktūrizuoja aukštąjį universitetinį mokslą. Be to, jis išaugo dydžiu, ištekliais ir reikšmingumu. Tačiau nepaisant to, aukštasis universitetinis mokslas turi išlaikyti stabilią struktūrą. Atsirandantys privatūs ir pelno nesiekiantys aukštojo universitetinio mokslo teikėjai, virtualaus mokymo populiarėjimas, pokyčiai technologijose ir demografijoje bei globalizacijos procesai – tai veiksniai, kurie daro įtaką aukštajam universitetiniam mokslui. Dėl šių priežasčių aplinka tapo išskirtinai konkurencinga, ypač pereinant prie į rinką orientuotų sprendimų priėmimo, o tai atitinkamai mažina sistemos stabilumą ir patikimumą. (Staskeviciute ir Ciutienė, 2008) Globalizacija kelia naujų iššūkių aukštojo mokslo institucijoms. (Stukalina, 2008)

Universitetus taip pat galima priskirti prie besimokančių organizacijų – tai tokios organizacijos, kuriose: žmonės nuolat plečia savo kompetenciją, kad pasiektų trokštamų rezultatų, ugdomi nauji ir atviri mąstymo modeliai, laisvai plėtojami kolektyviniai siekiai. (Kumpikaite, 2008)

Tyrimo objektas – socialiai atsakingos organizacijos.

Tyrimo uždaviniai – apibrėžti organizacijos sąvoką, išskirti požiūrių grupes universitetų kaip organizacijų, nustatyti socialinės atsakomybės lygmenį universitetuose, išskirti priežastis silpninančias universitetų istorinę misiją.

Mokslinio tyrimo tikslas – nustatyti konkurencijos skatinimo daroma įtaka universitetams kaip socialiai atsakingoms organizacijoms.

Tyrimo metodai – tiriant ir analizuojant teorinius konkurencijos ir socialinės atsakomybės universitetuose aspektus, straipsnyje remiamasi bendraisiais tyrimo metodais: sisteminė mokslinės ekonominės literatūros lyginamąja ir struktūrine analize, kokybine ir kiekybine analize, grafiniu modeliavimu, logine analize.

Universitetas kaip organizacija

Universitetas – organizacija, kurios vienas iš tikslų, dirbti kuo efektyviau. Norint pradėti analizuoti universitetą kaip konkuruojančią organizaciją, reikia geriau ją suprasti, suvokti universiteto kaip organizacijos pagrindines ypatybes.

Mokslinėje literatūroje yra daug organizacijos sąvokų. Apibendrinant įvairių autorių pateiktus apibrėžimus, galima pateikti tokius specifinius organizacijos bruožus skiriančius ją nuo kitų grupių:

Organizacijos – tai visų pirma socialinės grupės, orientuotos į tarpusavyje susijusių ir specifinių tikslų įgyvendinimą. Kiekviena organizacija yra tikslinga ta prasme, kiek jos narių veiksmai koordinuoti siekiant bendro tikslo konkrečioje žmonių veiklos srityje.

Organizacijos – tai tokios grupės, kurioms būdinga didelė formalizacija. Jos vidinė struktūra labai formalizuota, nes taisyklės ir reglamentai apima beveik visą jos narių elgesį. Ji aiškiai ir tiksliai suformuota ir apima visus vaidmenis, numato žmonių elgesį, neatsižvelgiant į asmenines individo savybes, jo vietą organizacijos struktūroje. (Guščinskienė, 2000)

Abu išvardinti organizacijų bruožai tinka švietimo organizacijoms apibūdinti. Švietimo organizacijos vienija bendri tikslai, pvz., mokyti, šviesti mokslinti jaunimą, kaupti ir puoselėti intelektualinį potencialą perduoti kultūros vertybes ir pan. Švietimo institucijų tikslai yra abstraktesni, sunkiau išmatuojami nei verslo organizacijų uždaviniai.

Želvys aiškindamas švietimo vadybos santykį su bendrąja vadyba, pastebima, kad, švietimo organizacijas lyginant su kitomis organizacijomis, įvairių autorių nuomonės dažnai išsiskiria. Galima išskirti tris požiūrių grupes:

1. *Universitetai – tokios pačios organizacijos kaip ir visos kitos*, ir todėl čia galioja visiems bendri vadybos dėsniai.
2. *Universitetai iš esmės skiriasi nuo kitų tipų organizacijų*. Paprastai universitetai nėra suvokiami kaip organizacijos. Daug dažniau jie suvokiami kaip institucijos, atliekančios tam tikrą socialinį vaidmenį arba kaip bendruomenės – žmonės, kuriuos jungia tam tikra bendra veikla siekiant įgyvendinti tam tikrą visuomenės jiems numatytą funkciją. Baldringe teigia, kad „universitetai turi miglotus, dvilypius tikslus, kuriais vadovaudamiesi turi sukurti sprendimo priėmimo procesus, galinčius susidoroti su netikrumu ir konfliktais“. (Staskeviciute ir Neverauskas, 2008)
3. *Universitetų ir pramonės bei verslo organizacijos (įstaigos) turi ir panašumų, ir skirtumų*. Bendrosios vadybos principai yra taikytini švietimo organizacijose, tačiau juos būtina peržiūrėti ir modifikuoti atsižvelgiant į švietimo specifiką. (Želvys, 2002)

Universitetų sektoriuje ginčijamasi ir dėl universitetų „parduodamo“ produkto prigimtį. Kotler ir Fox teigia, kad studentai yra „žaliava“, absolventai – „produktas“, o perspektyvūs darbdaviai – klientai. (Kotler & Fox, 1995) Levitt teigimu universitetai „gamina“ trijų rūšių produktus (paslaugas): pagrindinius, materialius ir papildomus. (Levitt, 1980) Studentai neperka kvalifikacinio laipsnio – jie perka naudą, kurią kvalifikacinis laipsnis suteikia darbo aplinkoje, statuse, gyvenimo kokybėje ir t.t., todėl ši nauda ir yra pagrindinis universitetų produktas. Materialūs universitetų produktai – tai bibliotekos, laboratorijos, sporto salės ir pan., – universitetus sudarantys naudą nešantys materialiniai produktai. Galiausiai papildomi universiteto produktai – tai paskolos studentams, bibliotekos abonementai universitetą baigusiams studentams, įdarbinimo paslaugos ir t.t. (Naude & Ivy, 1999)

Švietimo organizacijoms būdingas toks pats išteklių klasifikavimas kaip ir kitoms organizacijoms. Organizacijos išteklių klasifikaciją apima:

- 1) regimieji ištekliai: a) žmonės – organizacijoje dirbantys žmonės (dėstytojai, vadovai ir kt.), b) materialieji – pastatai ir įranga; c) finansiniai – organizacijos fondai.
- 2) neregimieji ištekliai – įvaizdis, reputacija, etikos normos, vertybės, tradicijos, ryšiai su kitomis organizacijomis, parama ir kt.

B. Everard pažymi, jeigu nėra šių išteklių, tokiu atveju paprasčiausiai nėra organizacijos. Neregimieji ištekliai, prie kurių galima būtų priskirti ir organizacijos socialinę atsakomybę. (Everard & Morris, 1997)

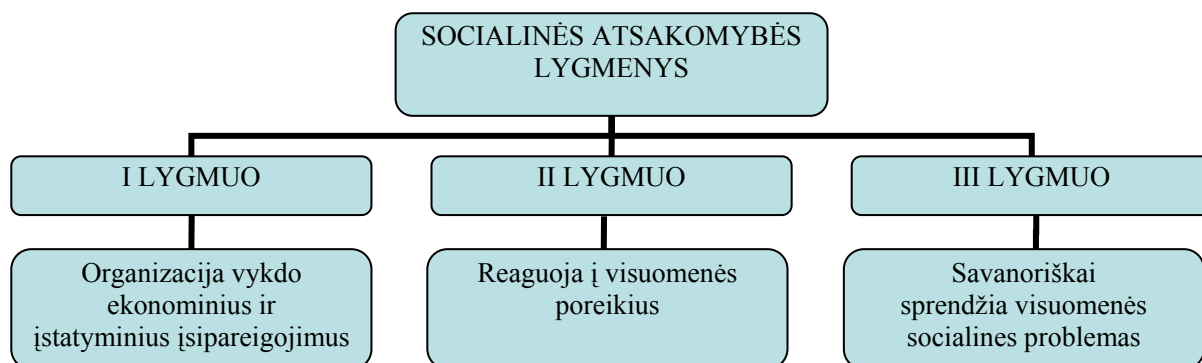
Socialinė atsakomybė universitetuose

Nors organizacijų socialinės atsakomybės (angl. Corporate Social Responsibility) sąvoka pirmą kartą pavartota dar 1930 m., iki šiol ji neturi vienos apibrėžties, diskutuojama ir dėl jos turinio esmės ir aprėpties. (Ruzevicius ir Serafinas, 2007) Tyrėjai atkreipia dėmesį į tai, kad įvairiuose šalyse ir regionuose skiriasi net socialinės atsakomybės samprata. (Juscis ir Snieska, 2008) Socialinė atsakomybė – sąmoningai formuojamų

ekonominių, politinių, teisinių, dorovinių santykių tarp organizacijos ir visuomenės, įvairių jos struktūrų forma, pasirengimas atsakyti už savo poelgius ir veiksmus, gebėjimas atlikti pareigą ir prisiimti sau visuomenės sankcijas, esant tam tikroms teisingumo arba kaltumo sąlygoms. (Leonavičius, 1993) Šiuolaikinėje literatūroje žodžių junginys „organizacijos socialinė atsakomybė“ turi daug prasmų, kurias galima skirstyti į 3 kategorijas:

1. socialinis įsipareigojimas (angl. obligation);
2. socialinė reakcija (angl. reaction);
3. socialinė atjauta (angl. responsiveness).

Organizacijos socialinę atsakomybę skirsto į 3 dimensijas: (Žr. 1 pav.) (Ivancevich & Donnelly & Gibson 1989)



1 pav. Organizacijos socialinės atsakomybės lygiai

Socialinė atsakomybė reiškia, kad organizacija turėtų būti atsakinga už kiekvieną savo veiksmą, kuris paveikia žmones, jų bendruomenes ir aplinką. Carroll išskiria keturias glaudžiai tarpusavyje susijusias socialinės atsakomybės rūšis: ekonominę, juridinę, etinę ir filantropinę. (Žr. 2 pav.)

FILANTROPINĖ ATSAKOMYBĖ Įnešti didelį indelį į bendruomenės gyvenimą, įrodyti gyvenimo kokybę.
ETINĖ ATSAKOMYBĖ Įsipareigoti daryti tai, kas yra teisinga, sąžininga ir dora. Vengti žalos.
JURIDINĖ ATSAKOMYBĖ Laikytis įstatymų.
EKONOMINĖ ATSAKOMYBĖ Gauti pelną. Tai visų kitų atsakomybių pagrindas

2 pav. Socialinės atsakomybės rūšys (Carroll, 1993)

Socialinės organizacijos atsakomybė išsamiai nagrinėjama daugumoje užsienio autorių leidinių. Tačiau beveik visais atvejais „socialinės atsakomybės“ sąvoka suprantama ir kaip moralinė organizacijos atsakomybė. Tai, ką dauguma užsienio autorių vadina socialiai atsakinga organizacijos veikla, visų pirma yra organizacijos paklusimas visuotinai pripažįstamoms moralės maksimoms. Socialinė organizacijos atsakomybė kyla kaip moralinės organizacijos narių (ypač vadovų) atsakomybės rezultatas, tiksliau, kaip etiškų ir neetiškų sprendimų priėmimo, sprendžiant moralines problemas, pasekmė. (Prunskus, 2002) Skiriami du požiūriai į socialinę atsakomybę:

- vienintelės paskirties teorija – teigimu veikla turi būti nukreipta tik pelno maksimizavimui. (Friedman, 1998; Hayeko, 2002)
- daugelio tikslų teorija- organizacijos turi būti socialiai jautrios išorinės aplinkos reikmėms.

Universitetai kaip ir kitos švietimo organizacijos, šiandien pasiekia III socialinės atsakomybės lygmenį. Viešosios (valstybinės) švietimo organizacijos - tai ne pelno siekiančios organizacijos kurių pagrindinis tikslas tarnauti visuomenės ar jos grupių labai nesiekia pelno ar tiesioginio dalyvavimo valstybės valdyje. Aukštojo mokslo institucijos (universitetai) atlieka labai svarbų vaidmenį visuomenėje, jie ugdo ir formuoja būsimų specialistų, vadovų požiūrį į socialinę atsakomybę, aplinkos apsaugą bei atsakingą išteklių

naudojimą, atsakingą verslą. Šiuo metu Lietuvos valstybinių universitetų misija labai aiški: „Kokybiškas aukštasis išsilavinimas, mokslinė, kultūrinė ir šviečiamoji veikla“. Universitetai savo veikloje, moksliniuose projektuose siekia išspręsti ir visuomenės socialines problemas.

Šiandien universitetai skatinami veikti rinkos ekonomikos sąlygomis, sutelkti dėmesį į konkurenciją ir visuomenės poreikius bei pakelti mokymo lygį. Tai siekiama įgyvendinti Aukštojo mokslo reformos pagalba. Dabartinė aukštojo mokslo tvarka neskatina universitetų konkurencijos, nes studijos yra finansuojamos pagal patvirtintas mokslo programas. Pristatoma aukštojo mokslo reforma pirmiausiai siekia iš esmės pakeisti universitetų finansavimo modelį. Reformos vykdytojai tikisi, kad pakeitus finansavimo modelį, išaugs universitetų konkurencija, pagerės mokymo kokybė. Tačiau išaugusi konkurencija skatins universitetus sutelkti visas priemones konkuruoti, o ne tarnauti visuomenei. Sociologas Shilsas aukštojo mokslo institucijų analitikas atkreipė dėmesį į dešimt poslinkių, kurie, jo nuomone, kolektyviai susilpnino užsienio universitetų išipareigojimą savo istorinei misijai. (Žr. 1 lentelę)

1 lentelė. Aukštojo mokslo poslinkiai

Eil. Nr.	Poslinkiai	Eil. Nr.	Poslinkiai
1	Universitetų išaugimas, „sumasiškėjimas“;	6	finansinės paramos iš valstybės sumažėjimas
2	sustiprėjęs reikalavimas, teikti viešas paslaugas	7	iškreipimai, kylantys iš poreikio garsintis
3	akademinio darbo politizavimas	8	įkylus akademinės veiklos vertinimas pagal tyrimų produktyvumą
4	sustiprėję varžymai iš vyriausybės pusės	9	universitetų kaip bendruomenių išskydimas
5	biurokratinio administravimo išsiplėtimas	10	intelektinio gyvenimo demoralizacija

Dėl tokių tendencijų, pasak Shilso, „pastaraisiais dešimtmečiais susilpnėjo užtikrintas moralinis pojūtis ir akademinės profesijos pasitikėjimas savimi, jos ištikimybė savo pašaukimui sušlubavo. [...] Akademinė profesija beveik nieko nedarė, kad paskelbtų gaires, apibrėžiančias tiek savo vaidmenį išsaugant žinią dėstant ir tiriant, tiek savo vaidmenį universiteto viduje bei dalyvaujant viešojoje sferoje“.

Vėlesniame, 1992 m. rašytame straipsnyje „Universiteto idėja“, Shilsas padarė išvadą, kad universitetai „beveik neatpažįstamai“ pasikeitė ir kad šioms tendencijoms besitęsiant jiems gresia tapti „universitetais tik iš vardo. Tada jie liausis puoselėję ir diegę tyrimui būtinus moralinius, intelektualinius standartus ir gebėjimus, jie liausis tyrę fundamentalias problemas, įdomias dėl savęs pačių“. (Drunga, 2007)

Išvados

1. Vieningos ir visa apimančios organizacijos apibrėžimo sąvokos nėra. Apibendrinant įvairių autorių pateiktus apibrėžimus, galima pateikti tokius specifinius organizacijos bruožus skiriančius ją nuo kitų grupių: I. Organizacijos – tai visų pirma socialinės grupės, orientuotos į tarpusavyje susijusių ir specifinių tikslų įgyvendinimą. Kiekviena organizacija yra tikslinga ta prasme, kiek jos narių veiksmai koordinuoti siekiant bendro tikslo konkrečioje žmonių veiklos srityje. II. Organizacijos – tai tokios grupės, kurioms būdinga didelė formalizacija. Jos vidinė struktūra labai formalizuota, nes taisyklės ir reglamentai apima beveik visą jos narių elgesį. Ji aiškiai ir tiksliai suformuota ir apima visus vaidmenis, numato žmonių elgesį, neatsižvelgiant į asmenines individo savybes, jo vietą organizacijos struktūroje.
2. Aiškinantis švietimo organizacijų vadybos santykį su bendrąja vadyba, pastebima, kad, švietimo organizacijas lyginant su kitomis organizacijomis, įvairių autorių nuomonės dažnai išsiskiria. Galima išskirti tris požiūrių grupes: I. *Universitetai – tokios pačios organizacijos kaip ir visos kitos*, ir todėl čia galioja visiems bendri vadybos dėsniai. II. *Universitetai iš esmės skiriasi nuo kitų tipų organizacijų*. Universitetuose netaikytina pramonės ar verslo organizacijose įprasta vadyba, nes čia siekiama visai kitokio pobūdžio tikslų. Vadovų autoritetas grindžiamas jų pedagoginiu meistriškumu, o ne vadybiniais sugebėjimais. III. *Universitetų ir pramonės bei verslo organizacijos (įstaigos) turi ir panašumų, ir skirtumų*. Bendrosios vadybos principai yra taikytini švietimo organizacijose, tačiau juos būtina peržiūrėti ir modifikuoti atsižvelgiant į švietimo specifiką.

3. Universitetai kaip ir kitos švietimo organizacijos, pasiekia III socialinės atsakomybės lygmenį t.y. savanoriškai sprendžia visuomenės socialines problemas. Tačiau aktyvi konkurencija tarp aukštojo mokslo sektoriuje gali sumažinti šiuo metu pasiekiamą aukščiausią organizacijos socialinės atsakomybės lygį universitetuose.
4. Sociologas Shilsas išskyrė dešimt poslinkių, kurie kolektyviai susilpnino užsienio universitetų įsipareigojimą savo istoriniai misijai. Dėl šių tendencijų universitetams gresia tapti „universitetams tik iš vardo“. Universitetuose susilpnėjo užtikrintas moralinis pojūtis ir akademinės profesijos pasitikėjimas savimi, jos ištikimybė savo pašaukimui sušlubavo.

Literatūra

1. Carroll A. B. (1993) Business and society: Ethics and Stakeholder management. Ohio
2. Drunga M. (2007) Universitetų misijos pasauliniame kontekste. Vytauto Didžiojo universiteto laikraštis Nr. 4 (114) birželis.
3. Everard B. (1997) Morris G. Efektyvus mokyklos valdymas. Vilnius
4. Friedman M. (1998) Kapitalizmas ir laisvė. Mintis, Vilnius
5. Guščinskienė J. (2000) Organizacijų sociologija. Kaunas
6. Hayek F. A. (2002) Individualizmas ir ekonominė tvarka. Eurigmas, Vilnius
7. Ivancevich J. M., Donnely J. H., Gibson J. L. (1989) Management: Principles and Functions. Boston: Irvin.
8. Juscius, V. and V. Snieska (2008). 'Influence of Corporate Social Responsibility on Competitive Abilities of Corporations', *Inzinerine Ekonomika-Engineering Economics*(3), pp. 34-44.
9. Kotler P. & Fox K. (1995) Strategic Marketing for Educational Institutions. Prentice-Hall, Englewoods Cliffs
10. Kumpikaite, V. (2008). 'Human Resource Development in Learning organization', *Journal of Business Economics and Management*, vol. 9(1), pp. 25-31.
11. Leonavičius J. (1993) Sociologijos žodynas. Academia, Vilnius
12. Levitt T. (1980) Marketing success through differentiation – of anything. Harvard Business Review
13. Naude P. & Ivy, J. (1999) The marketing strategies of universities in the United Kingdom. The International Journal of Educational Management . United Kingdom
14. Prunskus V. (2002) Verslo etika. Vilnius
15. Ruzevicius, J. and D. Serafinas (2007). 'The Development of Socially Responsible Business in Lithuania', *Inzinerine Ekonomika-Engineering Economics*(1), pp. 36-43.
16. Staskeviciute, I. and B. Neverauskas (2008). 'The Intelligent University's Conceptual Model', *Inzinerine Ekonomika-Engineering Economics*(4), pp. 53-58.
17. Staskeviciute, I. and R. Ciutiene (2008). 'Processes of University Organizational Intelligence: Empirical Research', *Inzinerine Ekonomika-Engineering Economics*(5), pp. 65-71.
18. Stukalina, J. (2008). 'Kaip parengti studentus sėkmingai ir teikiančiai pasitenkinimą profesiniai veiklai žinių ekonomikoje: efektyvesnės ugdymo aplinkos kūrimas', *Ūkio technologinis ir ekonominis vystymasis*, t. 14(2), pp. 197-207.
19. Želvys R. (2001) Švietimo vadybos pagrindai. Vilnius

UNIVERSITY – SOCIALLY RESPONSIBLE ORGANIZATION

Ruta Golubaviciūtė, Andrius Guzavicius

Summary

The topic of the educational organization competition creation and development is urgent in foreign literature. However this topic is new in Lithuania. The competition among educational organizations became actual only after the educational reform in 2008. The university must become competitive, stronger and more independent. The university is more often described as educational organization which must take into account the needs of society.

The articles analyzing social responsibility of the companies are often found in the studies, however the social responsibility of the universities are almost unmentioned. There are three different dimensions of the organizational social responsibility mentioned in the literature: I level – acceptance of the economic and legitimate obligations, II level – the reaction to the needs of society, III level – independent resolution of the social problems of society. The universities and other educational organizations are able to attain the highest level of social responsibility. In modern days universities are being stimulated to function in competitive environment paying attention to the competitiveness and needs of the society. Universities may not be able to maintain the highest level of socially responsible organization within strong competition.

Keywords: organization, social responsibility, competition, university.

