

The university and the influence of the external environment in the age of globalization

Universitatea și mediul extern în era globalizării

Sorin PUREC

Professor, PhD

“Constantin Brâncuși” University of Târgu Jiu

sorin.purec@gmail.com

Abstract.

Nowadays, universities are no longer those ivory towers, far from the ordinary world, isolated by their own superiority, guiding lighthouses, where the university professor, the scientist are doing research for the sake of the science, the whole world waiting for them to enlighten and guide life. Nowadays, the university is placed in an open and global world in which the exchanges between the world and the university are in both directions, the university becoming a provider of educational services, a provider of research and the external environment becoming a provider of customers for the university, of purchasers of its products.

Keywords: university, education, globalization, external environment, training.

1. Transformările globale ale educației

Începând cu anii 70 ai secolului trecut a început să fie contestată educația de tip scolastic care nu ar mai fi fost capabilă să furnizeze valori sociale potrivite cu epoca¹. Se produce Marea Ruptură în cadrul valorilor sociale cu profunde transformări în mediul și modul de viață. Educația, definită chiar și ca „funcție a proceselor economice și sociale”², se transformă profund, își modifică idealul educațional, centrându-l pe a face și a avea. Educația iese de sub imperativul condiției umane.

Educația de tip scolastic nu mai răspunde nevoilor economice actuale și nici noului ideal educațional. Se folosesc diverse formulări pentru a o califica critic: că nu face legătura cu producția, că nu este legată de viață etc.

Începe o puternică ofensivă împotriva educației scolastice care a avut ca rezultat scăderea prestigiului instituțiilor de învățământ tradiționale și pierderea autorității școlii.

Fenomene sociale noi - consumul de droguri, propagarea violenței, terorismul, extremismul, alienarea individului etc.- nu primesc o rezolvare eficientă din partea școlii, pe fondul decredibilizării ei, scăzându-i și mai mult prestigiul.

Pe acest fond, pe piața educațională își fac loc și alți actori care oferă servicii educaționale mai ieftine, în timp mai scurt, mai adaptate noilor pretenții, calitatea lor nefiind pusă sub semnul întrebării.

¹ A. Gorun, *O istorie recentă a capitalului social. Marea Ruptură și noua matrice existențială*, Editura Didactică și Pedagogică, București, 2012, p. 62

² Idem

Noile tehnologii, în special Internetul, au un mare impact asupra educației transformând-o profund. Internetul furnizează o cantitate uriașă de informație nefiltrată, singurul filtru fiind la beneficiarul final. Internetul informează, dar și formează, iar lipsa unui filtru educațional conduce la „de-formarea”, beneficiarului.

Mass-media este un alt actor educațional extrem de influent. Impactul său public imens a mutat centrul de greutate al educației, mass media fiind „producător, prelucrător și ofertant de educație”¹ cu funcție de formare și informare a unui public mai larg decât al Internetului. Televiziunea face trecerea de la posturile de audiență generală la posturile de nișă cu specific economic, politic, de divertisment sau științific. Astfel, posturi tv de nișă popularizează descoperirile științifice, majoritatea filmelor prezentate fiind produse universitare validate, mass media fiind capabilă să vândă aceste produse și întărindu-și poziția de actor educațional.

2. Mediul extern și universitatea

Mediul extern este un concept vag cu o sferă uriașă și greu de structurat. Mediul extern poate fi definit ca fiind *câmpul forțelor externe* unei organizații, care o pot influența direct sau potențial.² numărul acestor forțe tinde spre infinit, odată cu globalizarea, și face imposibilă analiza lor. De aceea, soluția pragmatică este o soluție aproximativă care constă în structurarea mediului extern în raport cu universitatea. Analiza corectă a mediului extern poate fi salvatoare pentru universitățile care își elaborează strategiile în funcție de parametrii acestuia. Astfel, mediul extern al unei organizații se structurează în:

- Mediul extern general
- Mediul extern competițional
- Grupurile strategice
 - A. Mediul extern general este de fapt fondul existențial al oricărei organizații. Se caracterizează prin forțe generalizate potențiale, respectiv forțe care acționează lent și pe termen lung asupra organizației, influențând evoluția acesteia prin integrarea efectelor multiple și diverse. Este un mediu aparent pasiv, dar care nu poate fi ignorat în managementul strategic.
 - B. *Mediul competițional* este mult mai restrâns, format din universitățile din țară și străinătate cu care se intră în concurență.
 - C. Grupurile strategice reprezintă grupuri formate din organizații care se caracterizează prin aceleași interese strategice, în cazul nostru din universitățile cu care se intră în concurență directă și cu care împărțim studenții, Universitatea „Constantin Brâncuși” din Târgu Jiu are concurențe directe universitățile din București, Craiova și Timișoara. Aceștia sunt competitorii principali care vizează aceiași clienți, cărora li se oferă aceleași produse.

A. Mediul extern general este compus din forțe relativ lente, dar de mare anvergură și impact social³:

- *Forțele demografice*:
 - Mărirea și densitatea numărului de locuitori
 - Structura pe grupuri de vârste

¹ Idem, p. 66

² Constantin Brătianu, Paradigmele managementului universitar, Editura Economica, București, 2002, pp. 81-83.

³ A se vedea și Băcanu, Bogdan, Tehnici de analiză în managementul strategic, Iași, Ed. Polirom, 2007

- Distribuția geografică a populației
- Distribuția veniturilor populației
- Migrațiile
- Grupurile etnice etc.

Segmentul demografic generează forțe lente, dar de mare anvergură. De exemplu, o creștere masivă a ratei natalității poate influența universitatea abia peste 18-20 ani, dar orizontul de timp îndepărtat nu înseamnă că universitatea nu trebuie să țină cont de acest factor și să își adapteze strategiile din timp. De asemenea, migrațiile pot fi prevăzute, iar strategiile adaptate.

- *Forțele economice:*
 - Inflația
 - Puterea de cumpărare
 - Deficite bugetare sau surplusuri bugetare
 - Rata economiilor personale
 - Produsul intern brut etc.

Segmentul economic este uneori cel care generează cele mai puternice forțe, având o acțiune directă și imediată asupra universității. Dezvoltarea economică într-o anumită zonă sau țară este un factor benefic pentru orice universitate, în timp ce recesiunea economică constituie un factor de frânare a dezvoltării organizaționale. Pentru universități segmentul economic este vital pentru că va conduce atât la alocații bugetare mai mari, cât și la capacitatea beneficiarilor de a plăti serviciile educaționale oferite. De asemenea, universitățile își pot vinde produsele cercetării mai ușor.

- *Forțele politice și legislative:*
 - Legislația
 - Taxe și impozite
 - Legislație pentru piața muncii
 - Politici și strategii educaționale etc.

Segmentul politic și legislativ are o importanță capitală pentru universități, fiind factor de echilibru sau criză. Frecvențele schimbări de legislație în domeniul educației a dus la bulversarea întregului sistem, făcând dificilă predictibilitatea și crearea unei strategii pe termen lung.

- *Forțele socio-culturale:*
 - Diversitatea forței de muncă
 - Atitudini față de calitatea muncii și a vieții
 - Atitudinea față de învățământul superior
 - Atitudini față de protecția mediului ambiant
 - Dinamica job-urilor și a carierelor profesionale

Segmentul socio-cultural se referă la *sistemul valorilor sociale și culturale* care generează atitudini și comportamente diferite, în regiuni cu culturi și sisteme de apreciere a valorii diferite. Astfel, specializarea Comunicare și Relații Publice, foarte căutată în marile centre universitare, nu a avut succes la Târgu Jiu, universitatea fiind nevoită să renunțe la ea, singura explicație fiind de natură culturală.

În același timp, universitatea poate să folosească specificitățile culturale ale regiunii și să dezvolte produse educaționale și științifice de înaltă performanță.

- *Forțele tehnologice:*
 - Inovații în produse și procese tehnologice
 - Aplicații ale generării de cunoștințe
 - Cheltuieli guvernamentale și private pentru cercetare
 - Tehnologii informatice și de comunicație etc.
- *Forțele globalizării:*
 - Evenimente politice importante
 - Piețe globale critice
 - Noi țări industrializate
 - Culturi instituționale și naționale

Segmentul tehnologic, cel mai vizibil astăzi prin segmentul tehnologiilor informatice, joacă un rol important, atât în eficientizarea activității curente, prognoze mai corecte și management mai eficient, dar mai ales în ce privește transformarea activităților didactice. Astfel, învățământul la distanță crește la nivel mondial, metodele de predare se transformă influențate de tehnologii.

Universitatea are un rol dublu: pe de o parte este beneficiara tehnologiilor, iar pe de altă parte este creatoare de tehnologii noi.

Globalizarea este poate între cele mai importante forțe care influențează întreg învățământul superior. În orice moment, universitățile pot fi analizate, comparate și ierarhizate la nivel global, clasamentele internaționale fiind, de fapt, măsura calității și forței unei universități. Într-o lume globală, universitatea are probleme globale la care trebuie să răspundă cu soluții globale. Beneficiarii universității, fie că sunt consumatori de produse educaționale, fie consumatori de produse științifice nu mai trebuie căutați în proximitate pentru că ei se află mereu aici, globalizarea ștergând distanțele.

Fenomene politice importante, precum căderea regimurilor comuniste a pus presiune pe oferta de învățământ superior, numărul universităților a crescut, profitând de cererea uriașă de studii superioare, în fond de o cerere de diplome care satisfăceau frustrări mai vechi. Universitatea, văzută ca „fabrică de diplome” a dus la decredibilizarea a învățământului superior.

B. Mediul extern competițional este mult mai restrâns decât mediul extern general, conținând acele universități care, prin produsele și serviciile realizate, se adresează *aceluiași segment de piață*.

Mediul extern competițional se reduce doar la cinci forțe care acționează simultan și sunt privite ca amenințări, conform modelului propus de Michael Porter¹, 2001:

1. *Riscul intrării pe piață a unor noi competitori.*
Acest risc este real, mai ales în cazul universităților mici, fără prestigiu, cărora li se pot câștiga beneficiarii.
2. *Gradul de rivalitate dintre universitățile existente deja în mediul extern competițional.*
Orice universitate are tendințe monopoliste încercând să își elimine competitorii.
Rivalitatea crește în momentul în care taxele nu mai pot fi scăzute, iar numărul potențialilor studenți este în scădere punând în pericol subzistența universității.
3. *Puterea de negociere a cumpărătorilor*

¹ Michael E. Porter, *Avantajul concurențial. Manual de supraviețuire și creștere a firmelor în condițiile economiei de piață*, Editura Teora, 2001, pp. 181-188.

Pentru o universitate, cumpărătorii sunt, de regulă, potențialii studenți și studenții care pot fi o amenințare prin presiunea de a reduce taxele, de a crește calitatea proceselor educaționale, lucruri pe care instituția de învățământ superior nu le poate oferi. În cazul unui dezacord, potențialii studenți nu mai aleg universitatea în cauză sau o părăsesc.

4. Puterea de negociere a furnizorilor

În cazul unei universități furnizori pot fi considerați profesorii. Aceștia vor rămâne atașați universității dacă sunt mulțumiți de salariile primite și vor exercita continue presiuni pentru creșterea lor.

5. *Amenințarea generată de produsele de substituie.*

Produsele de substituie sunt formele de învățământ alternative, care oferă calificări noi pentru adulți: școlile postliceale, cursurile organizate de organizații cu profil educațional, camere de comerț, chiar și fundațiile universitare care sunt percepute ca „fabrici de diplome”.

Concluzii

1. Înlocuirea modelului educațional scolastic cu un model al educației bazată pe competențe nu a avut rezultatele scontate, aceste sisteme educaționale eliminând chiar condiția umană. Belgia, Elveția și Canada au experimentat acest sistem al învățământului axat pe competențe și au renunțat la el pentru că s-a dovedit ineficient.
2. Cele mai performante sisteme educaționale, cu performanțe validate de clasamente internaționale, se fundamentează pe educația de tip tradițional, scolastic. Rolul școlii este să educe pornind de la cunoștințe, adică mai întâi să informeze și apoi să formeze.
3. Revenirea la un sistem educațional care pune în centru omul este necesară. O universitate care vrea să creeze doar absolvenți cu competențe adaptate pieței muncii își ratează scopul și îi ratează pe absolvenți ca oameni. Aceștia vor ști să execute, dar nu vor ști să fie oameni cu orizont larg, modele umane pentru alții.
4. Mediul extern universității poate fi restrictiv, poate impune numeroase acțiuni, atitudini, adaptări, dar universitatea trebuie să își păstreze o distanță suverană și să nu-și uite adevărata menire: ea formează oameni.