

ORGANIZACIJOS FILOSOFIJA KAIP PRAKTINIS ORGANIZACIJOS FUNKCIONAVIMO BŪDAS

Viktorija Marcinkevičienė, Birutė Mikalauskienė, Aušrinė Peleckienė

Kauno kolegija

Pramonės pr. 20, Kaunas, Lietuva

El. p.: viktorija.m@fc.kauko.lt; BiruteMik@yahoo.com; ausrinepe@gmail.com

Anotacija

Šiuolaikinėje visuomenėje išryškėjęs kompleksinis socialinis procesas sąlygoja pokyčius požiūryje į organizaciją – atsiranda poreikis apibūdinti ją ne tik ekonominiais terminais, bet ir įvertinti visus joje susiklosčiusius santykius, kultūrą, socialinių vertybių hierarchiją ir kita. Koks terminas geriausiai tiktų apibūdinti susiklosčiusius santykius, apimtų visą jų spektrą?

Terminas „organizacijos filosofija“ yra daugiareikšmis. Straipsnyje analizuojama, kaip organizacijos filosofija, aptarianti praktines visuomenės problemas, gali būti suprantama senąja savo samprata – kaip jos viešo pasireiškimo būdas, kaip filosofija, taikoma kasdienybei, bandant paaiškinti praktines sociumo funkcionavimo problemas.

Raktiniai žodžiai: organizacijos filosofija, sociumas, praktinė filosofija, sofistika, organizacijos funkcionavimas.

Išvadas

Mūsų visuomenė, kurią nuo XX amžiaus septintojo dešimtmečio vadina postmoderniąja visuomene, yra sudėtinga ir kupina netikrumo (Welsch, 2004). Ekonominiai rinkos iššūkiai ir besikeičianti informacinė, technologinė aplinka kelia naujų uždavinių šiuolaikinėms verslo, gamybinėms organizacijoms, akademinėms institucijoms, politikai ir net asmeniniam žmonių gyvenimui. Šalia ekonominių interesų, visuomeninių ir gamybinių jėgų santykių, išryškėja tiek kultūrinių normų ir vertybių reikšmė organizacijoje, tiek kompleksinis socialinis procesas, kuriame lemiamą vaidmenį vaidina svarbiausias veiksnys – žmogiškasis potencialas, žmogiškieji išteklių, jų kūrybiškumas, novatoriškumas. Filosofiniu ir ideologiniu aspektu pažanga ekonomikoje (telekomunikacijos, internetas) sumenkina žmonių tikėjimą vertybėmis, politika, ekonominiu stabilumu. Net mokslas praranda savo patikimumą, nes buvusios nepajudinamos tiesos dėl naujų atradimų sparčiai keičiamos naujomis. Keičiasi postmodernaus ūkio ekonominiai principai – pelnas ima priklausyti nuo gebėjimo numatyti ir greitai reaguoti į kintamus rinkos reikalavimus, taip pat keičiasi ir politika – priimami lankstesni ir decentralizuoti sprendimai, kinta ir pačios organizacijos struktūra – jos vaidmenys ir funkcijos yra nuolatiniame dinamikoje (Jucevičius, 1998). Toks postmodernaus pasaulio daugybingumas (Welsch, 2004), kai nėra išorinių saugumo ir tęstinumo garantijų, tik tradicija ar pareigos, sukelia žmonių tarpusavio santykių krizę (Kasiulis, Barvydienė, 2001).

Tai sąlygoja pokyčius požiūryje į organizaciją – atsiranda poreikis apibūdinti ją ne tik ekonominiais terminais, bet žvelgti plačiau, įvertinti visus organizacijoje susiklosčiusius santykius, kultūrą, socialinių vertybių hierarchiją, kt. Kaip geriausiai apibūdinti šiuos susiklosčiusius santykius? Koks terminas apimtų visą jų spektrą? Ar sąvoka *organizacijos filosofija* gali tai garantuoti?

Terminas *filosofija* šiandien vartojamas pačiuose neįtikinamiausiuose kontekstuose. Juo apibūdinamas dabarties pasaulis, jo vyksmas. Visame pasaulyje organizuojamos konferencijos, leidžiami žurnalai pavadinimais „Philosophy of Management“, „Filosofie in Bedrijf“ (praktinė filosofija), „Philosophy of Business“ (www.isfp.co.uk/businesspathways), kt. Kopenhagos Biznio mokykloje ekonomika, politika ir filosofija jungiamos ne tik vienoje studijų programoje, bet ir įkurta atskira katedra (Department of Management, Politics and Philosophy) (Campbell J., Rene ten Bos, 2007). Taigi, kinta ir senoji termino reikšmė, plečiasi jo vartojimo ribos.

Terminas *organizacijos filosofija* dažnai vartojamas skirtingomis prasmėmis, todėl ir nagrinėti jį reikia atsižvelgiant į šią reikšminę įvairovę. Straipsnyje analizuojama sampratos *organizacijos filosofija* esmės supratimo **problema**, išryškinamas termino „filosofija“ taikymas, kuris nūdienos vartosenoje yra daugiaprasmiškas, dažnai nieko bendro neturintis su išminties meilės samprata antikinėje Graikijoje. Ir vis dėlto, galima rasti tam tikrų paralelių tarp tradicinio filosofijos supratimo ir šiuolaikinio šio termino vartojimo. Analizuojant šią sąvoką galima kalbėti tiek apie viso pasaulio organizacijų filosofiją, tiek ir apie atskirų šalių organizacijų filosofiją bei apie vienos kurios organizacijos filosofiją, akcentuojant skirtingus aspektus. Šiuolaikinėmis visuomenės rinkos ekonomikos išsivystymo sąlygomis labai svarbūs tampa bendri ne tik

ekonomikos valdymo, bet ir kiti bendruomeninio valdymo dėsniai. Dėl to daugelis įvairių šalių autorių mano, jog terminas *filosofija* geriausiai atspindi nykstančius visuomenėje procesus, sprendžiančius praktinius visuomenės funkcionavimo veiksmus.

Straipsnio tikslas – išsiaiškinti, ar terminas *organizacijos filosofija*, apimantis praktinių visuomenės problemų analizę, gali būti suprantamas kaip sofistika senąja savo samprata. Straipsnyje keliami **uždaviniai**:

- įvertinti, kokį turinį terminui *organizacijos filosofija* suteikia šiuolaikiniai ekonomistai, vadybininkai bei kitų sričių specialistai;
- pateikti klasikinės sąvokos *filosofija* sampratą;
- pagrįsti galimybę vartoti sąvoką *filosofija*, siejant ją su kitomis visuomeninio gyvenimo sritimis

Pasirinktas **tyrimo metodas** – literatūros analizė.

Strateginis organizacijos valdymas

Mokslinėje literatūroje organizacijos valdymas apibūdinamas keliomis sampratomis, kurių turinys ne visada būna aiškus. Tai tokios sąvokos, kaip *organizacijos vizija*, *organizacijos misija*, *organizacijos strategija*, *organizacijos politika*, *organizacijos filosofija* ir kitos, kurios paprastai siejamos su rinkos ekonomika, konkurencingumu bei socialinėmis aplinkomis. Organizacijos vizija, filosofija ir ypač misija apibūdinamos kaip neatsiejamos strateginio valdymo proceso dalys. Be jų neįmanoma sukurti jokios efektyvios strategijos, nes tik jos suformuoja įvaizdį apie siekiamą organizacijos būvį. Plačiausia, o kartu ir abstrakčiausia kategorija yra vizija (Vasiliauskas, 2002). Ji apima misiją ir filosofiją, kokios jos turėtų būti norimoje sukurti organizacijoje. Misija išreiškia visos veiklos paskirtį, vaidmenį, apibrėžia verslo ribas ir rodo jo esmę. *Filosofija* – tai organizacijos veiklos „konstitucija“, tam tikras jos elgesio standartas, kuris nurodo kelią, kaip organizacijos misija turi derėti su įsitikinimais (Peters, Waterman, 1982).

Mus domina samprata *organizacijos filosofija*. Šios sampratos taikymas organizacijai, kaip ekonominių procesų valdymo elementų įprasminimas, tapo tam tikra mada. Mokslinėje literatūroje į sampratą *organizacijos filosofija* integruojamas įvairus turinys. Šis turinys dažnai visai neaptariamas, tarsi jo prasmė būtų savaime suprantama. Taip vartojamas terminas *filosofija* dažnai praranda savo pirmąją graikiškąją prasmę. Tačiau neabejotinai mokslininkas gali laisvai, savo nuožiūra vartoti vienus ar kitus terminus ir jiems suteikti atitinkamą apibrėžimų turinį.

Ekonomistai, vadybininkai, sociologai pateikia savas sampratas *filosofija*, *organizacija* įžvalgas. Tvirtinama, kad organizacijos, siekiančios realios naudos, turi nuosekliai administruoti informacijos rezervus, apimančius politikos, administravimo, technologijos komponentus. Informacijos sistemos įvedimo į organizacijas galimybės iki galo įvykdytos bus tik tada, kai bus rasti būdai subalansuoti visų tos organizacijos komponentų reikalavimus. Organizacinė ir valdymo veikla – tai organizacijų visuma, o klasikinės organizacijos ir valdymo funkcijos – tai planavimas, organizavimas, vadovavimas, kontrolė, kurios ir gali būti suprantamos kaip *organizacijos filosofija* (Barčkutė, 2002). Norėdama išlikti kaip postmodernios visuomenės sąlygomis kiekviena organizacija priversta kurti savą strategiją ir taktiką, kurią ir įvardija kaip tam tikrą organizacijos filosofiją. Tai konkurencinės rinkos apibūdinimas, savo lėšų paskirstymas, savo stipriųjų – silpnųjų pusių išskyrimas ir lyginimas su konkurentais bei įvertinamas numatomas mastas, iki kurio įvairūs organizacijos objektai, struktūriniai padaliniai organizacijos viduje gali remtis vienas kitu (Palubinskas, 1997). Taip suprantama *organizacijos filosofija* gali būti tapatinama su organizacijos strategija.

Organizacijos filosofija dažnai tapatinama su firmos vaizdu ir tapatybe ir tvirtinama, jog firmos pozicija – tai jos misija ir veiklos filosofija. Firmos veikla apibrėžiama poreikių patenkinimo ir tikslingos veiklos kategorijomis, o ne gaminamo produkto deklaravimu. Apibrėžiamos numatomos organizacijos ekonominės nepriklausomybės, kooperacijos organizavimo, konkurencijos erdvės apimtys. Ką reiškia *organizacijos filosofija*, galime spręsti iš to, ką firma privalo veikti, siekdama normalaus funkcionavimo (Peters, Waterman, 1982). Organizacijos misija bendrąja prasme suprantama kaip filosofija, kaip organizacijos paskirtis ir jos egzistavimo prasmė. Paskirtis apibrėžia veiksmus, kuriuos organizacija tikisi realizuoti ir tai, kokio pobūdžio organizacija ji ruošiasi tapti. Organizacijos veikloje atsispindi įvairių žmonių grupių tikslai ir interesai. Pagrindinėmis žmonių grupėmis, kurios daro įtaką organizacijos veiklai ir nustato jos misiją, yra akcininkai, organizacijos darbuotojai, klientai, organizacijos partneriai, vietinė bendruomenė, su kuria organizacija palaiko ryšius, valstybinės institucijos ir kt. Organizacijos misija turi atspindėti visų minėtų subjektų interesus. Didžiausią įtaką organizacijai turi savininkų, darbuotojų ir klientų interesai, kurie organizacijos misijoje turi būti harmoningai suderinti. Apskritai, organizacijos misija turi atspindėti tokį jos vaizdą, kuris parodytų, kokia ji yra ir ko siekia, kokiomis priemonėmis vadovaujasi savo veikloje, kokia jos funkcionavimo filosofija, išskirianti ją iš kitų organizacijų. Taigi, taip vertinant – *organizacijos filosofija* sutapatinama su misija.

Organizacijos filosofija minima ir aptariant veržlumo bei kokybės problemas. Teigiama, kad verslininko veikla visada yra visuomeninė ir išsivysčiusioje visuomenėje pats verslininkas tai gerai supranta. Savo veiklą jis grindžia verslumo filosofija – tai koncepcija, kuri apima bendriausias taisykles, požiūrį į gaminamą produkciją ir paslaugas, į tokios produkcijos valdymą, verslo santykius tarp darbuotojų, santykius su visuomene, valstybe, gamta. Verslo filosofija remiasi kultūros ir tautos tradicijomis, bendromis civilizacijos techninio išsivystymo tendencijomis. Labai svarbi verslo filosofijos sudėtinė dalis yra kokybės filosofija, kuri taip pat turi visuomeninę kryptį. Postmodernioje visuomenėje pradedama suvokti, jog populiarūs „vartotojų visuomenės“ koncepcija gali sąlygoti nekontroliuojamą dažnai abejotinų poreikių augimą ir tuo pačiu rimtai pakenkti gamtai ar netgi sukelti ekologinę katastrofą. Žemės išteklių ribotumas sąlygoja būtinybę atsirasti naujai verslumo ir kokybės filosofijai (Гыцапов, 1999).

Savo straipsnyje „Firmos filosofija ir filosofija darbe su personalu“ A. Lužakov (Лужаков, 2001) rašo, jog praeities istorijos terminas *ideologija* masių sąmonėje įsirežė kaip neigiamą atspalvį turintis terminas. Dabar pirmenybė suteikiama neutraliam, neturinčiam neigiamo atspalvio terminui *organizacijos filosofija*. Šalia šios sampratos egzistuoja dar kitos – misija, politika, kurios nėra tokios populiarios ir naudojamos chaotiškai. Dėl to šiuo metu vis dar neaišku, koks yra jų turinio ir funkcijų santykis. Autorius pateikia įdomią mintį apie termino *filosofija* taikymą: tais atvejais, kai autoriai rašo apie ideologiją, tačiau nenori vartoti šio termino. Sąvoka *filosofija* suteikia reiškiniui daugiau intelektualaus respektabilumo. Bet, jei filosofija suprantama kaip nepriklausoma nuo visuomenės ekonominio egzistavimo pagrindo, o tuo labiau nuo vienu ar kitų korporacijų interesų, terminas *filosofija* neturėtų būti vartojamas“.

Tačiau dažniausiai *organizacijos filosofija* suprantama yra organizacijos kultūros bei įvaizdžio kontekste. Aptariant formalius ir neformalius kultūros aspektus, teigiama, kad organizacijos kultūra turi atskleisti ryšių tarp žmonių pobūdį firmoje, apibrėžti jų pareigas bei vaidmenis, numatyti elgesio, normų ir vertybių standartus. Organizacinę kultūrą sudaro:

- išoriniai faktoriai, tokie, kaip tautinė kultūra, susitarimai, priimti tam tikroje grupėje ir pan.;

- organizacijas kuriantys žmonės;
- pačios organizacijos.

Šią galutinę veiksmų grupę galima taip įtakoti, kad įmanoma sukurti terpę, teigiamai veikiančią norimas veiklos kryptis. Tai dažnai vyksta atvirai deklaruojant tam tikrus principus, vadinamus *organizacijos filosofija*. Vadinasi, *organizacijos filosofija* apibrėžia būtent tai, ką organizacija nori pasiekti, kas yra realu, būdinga būtent jai, ir tuo pačiu vadinama vertybes, kuriomis reikia vadovautis, norint šią filosofiją įgyvendinti. Vienintelis dalykas, ko ji neapibrėžia, tai atskirų darbuotojų atliekamo vaidmens. Organizacijos kultūra – tai normų, elgesio, sampratų, vertybių, ritualų ir ceremonijų, nuostatų ir įsitikinimų rinkinys, su kuriuo sutinka duotosios organizacijos nariai (Ackroyd, Fleetwood, 2004), o organizacijos filosofija – tai taisyklės ir vertybės, kuriomis vadovaujantis organizacija gali pasiekti užsibrėžtų veiklos tikslų.

Organizacijos kultūra suprantama kaip būdas realizuoti apibrėžtą antstatą – *organizacijos filosofiją*, kurioje yra suformuluoti įsipareigojimų pagrindai įvairiems visuomenės sluoksniams, tarp jų ir savo darbuotojams. Ji yra komunikacinės ir gamybinės veiklos pasaulėžiūros pagrindas kiekvienoje ūkio ląstelėje. Tvirtinama, kad *organizacijos filosofija* privalo pagrįsti apibrėžtos organizacijos funkcionavimą, jos indėlį į žmonijos progresą. Vadinasi, *organizacijos filosofijos* užduotimi tampa pasiekti tarpusavio supratimą, vertės, tikslų ir prasmės visuotiniame žmonių gyvenime supratimą.

Iškeliant organizacijos įvaizdžio reikšmę teigiama, jog *organizacijos filosofija* ir vyraujanti joje iniciatyvos dvasia turi žymiai didesnę įtaką siekiant rezultatų, negu techniniai ar ekonominiai resursai, organizacinės struktūros ir laiko strategijos. Įvaizdis – tai vidinės ir išorinės organizacijos auditorijų nuomonių bei pažiūrų visuma. Šiuolaikinės įmonės vadovai aiškiai suvokia, jog palankus įmonės įvaizdis – didžiausia vertybė. Ji didžiąja dalimi nulemia vartotojo pasirinkimą, sukuria unikalią aplinką, kurioje lojalūs klientai tampa mažiau priekabūs kainoms, skleidžia teigiamą informaciją apie ją, leidžia organizacijai sutaupyti lėšų ryšių su vartotojais vadybai. Įvaizdį labiausiai įtakoja ryšiai su visuomene, kadangi jais pasinaudojus galima suformuoti teigiamą įmonės įvaizdį (Drūteikienė, 2002).

Šiandien Internetu įvairios organizacijos pristato savo veiklos filosofiją. Pavyzdžiui, Lenkijos elektra tvirtina, jog jų firmos dinamiško vystymosi varikliu yra išsilavinę ir kompetentingi darbuotojai. *Organizacijos filosofija* gali būti suprantama ir kaip galimybė periodiškai kintant sistemai pateikti savo klientams geriausius sprendimus. Firma „IZOHAN“ teigia, kad jie yra organizacija, kuri užtikrina ne tik kliento būties sąlygas, bet ir saugumo jausmą mainais į gerą savo pareigų atlikimą, įnešantį savo indėlį į firmos tikslų realizavimą. Kauno kolegija teigia, kad jos vizija – „Lietuvoje lyderiaujanti, sėkmingai šalies bei regiono socialiniams – ekonominiams pokyčiams įtaką daranti, akredituota ir tarptautinį studijų programų pripažinimą pasiekusi aukštoji mokykla. Kauno kolegijos vizija – atvira, lanksti, nuolat besimokanti organizacija, veiklą

grindžianti aukštos kokybės principais, puoselėjanti savitą kultūrą, pagrįstą atsakomybe ir pasitikėjimu, suteikianti galimybes kiekvieno jos nario saviraiškai“ (Kauno kolegijos internetinis puslapis). Tokia organizacijos filosofijos formuluotė apima valdymo metodą visuose organizacijos lygiuose.

Kaip matome, *organizacijos filosofija* turi įvairialypę prasmę, jai suteikiamas skirtingas, nors tuo pačiu ir panašus, turinys. Naudojant terminą *organizacijos filosofija* aptariami bendri verslumo, organizacijos misijos, kultūros institucijų bei verslo įstaigų veiklos, ir kitų visuomenės praktikos sričių klausimai. Faktiškai, remiantis rinkos santykiais, sprendžiamos konkrečios ekonomikos, verslo ir kultūros problemos. Todėl kyla klausimas – kiek terminas filosofija atitinka sprendžiant konkrečias praktines problemas? Ar tikslinga jį vartoti taikant specifinėms labai praktinėms gyvenimo sferoms?

Atsakymo visų pirma reikia ieškoti pačioje šio termino reikšmėje bei jo vartojime. Žodis *filosofija* neturi aiškios ir apibrėžtos prasmės. Net filosofai skirtingai apibrėžia filosofijos sampratas. Jei pažvelgsime į filosofijos istoriją, aiškinančią šio termino reikšmę, tai matysime daugybę įvairių idėjų, teorijų, koncepcijų ir problemų. Iki XIX amžiaus terminas filosofija buvo vartojamas daugiau ar mažiau savo pirmąja – išminties meilės – samprata. Nuo XIX a. vyko terminų tikslinimas – gamtos filosofija tapo mokslu, moralės filosofija suskilo į etiką, logiką, metafiziką, kt. Filosofija tapo mokomąja disciplina (Caratini, 2007). Po 1945 m. „filosofiją imta traktuoti kaip labai bendrą požiūrį naudojantis visomis žmogaus mąstymo galimybėmis ir pažinimo priemonėmis: stebėjimu, dedukcija, apskaičiavimu, kompiuteriais, meile, ekstaze, žodžiu, tyla, kančia, kt. Filosofija pretendavo į enciklopediškumą ir kartu siekė būti sisteminė... ji egzistavo visur“ (Caratini, 2007, p.18).

XX ir XXI amžių sandūroje kyla abejonių, ar apskritai filosofija, kaip savitas pasaulio suvokimas, turi teisę išlikti, kadangi jos problemas sėkmingai sprendžia gamtos ir visuomenės mokslai. Dažnai filosofija yra sutapatinama su specialiaisiais dalykais ar net tampa atskiru mokslu ar metodu, kaip atsitiko su hermeneutikos, fenomenologijos, struktūralizmo teorijomis. Kalbant apie *organizacijos filosofijos* turinį kyla klausimas, ar tai yra mokslo, ar filosofijos kategorijos samprata. Kada bendrai aptariame mokslo ir filosofijos tikslus, suvokiame, kad tam tikra prasme jie yra tapatūs – PAŽINTI ESME. Tam tikslui pasiekti taikomi ir tie patys būdai – logika ir teorija. Taip atrodo, kai žiūrime į problemą supaprastintai. Iš esmės klausimas yra daug sudėtingesnis. Remiantis A. Šliogeriu (2001), nagrinėjant dalyką mokslininkai, reikia tai atlikti dirbtinėmis sąlygomis, kad galima būtų atskleisti naujas savybes, ko negalime atlikti natūralioje aplinkoje. Pavyzdžiui, norint iširti medį, negana jį apžiūrėti ir apmąstyti. Visų pirma reikia jį išrauti, supjaustyti, veikti rūgštimis, deginti ir t. t., tokiu būdu pažinti jo apibrėžtas savybes. Iš tokių eksperimentų gali susiformuoti įvairūs mokslai – fizika, chemija, biologija ir t. t. Tą patį galima pasakyti ir apie visuomeninį organizmą, apie įvairialypes jo vidines organizacijas. Daiktų savybės ir visuomenės struktūros dalys yra begalinės, kaip ir kokybiškai suprantamas pasaulis taip pat yra begalinis. Dėl to suprantama, jog mokslas gali egzistuoti kaip daugybės besivystančių mokslo šakų visuma. Savo ruožtu mokslininkai niekada nekelia klausimo, jei negali į jį atsakyti empirinės patirties pagrindu. Taigi, į kokius klausimus turi atsakyti *organizacijos filosofija*? Pagal požiūrį, kad filosofija yra išminties meilė, nepanaši į mokslą, kadangi gali suvokti pačią būtį, jos organizaciją ir pasaulį kokybiškai kaip visumą, gali susidaryti įspūdis, kad toks terminas neturėtų būti vartojamas. Filosofija daiktus apmąsto tokius, kokie jie yra patys savaime, nepatalpinti į dirbtines sąlygas, nepriklausomi nuo žmogaus, esančius nepertvarkytoje natūralioje terpėje. Net dirbtinį, žmogaus sukurtą pasaulį, filosofas supranta kaip darną, o ne jo paties sukurtą realybę. Taigi, filosofas kelia tokius klausimus, į kuriuos joks mokslas savo metodais nepajėgus atsakyti. Tuo metu *organizacijos filosofija* kelia konkrečias, praktines visuomenės organizacijos problemas. Filosofininkai mąstant realybę teoriškai yra suprantama tam tikru apibrėžtu požiūriu, subjektyviai, nes patirties visuma yra subjektyvi ir reatyvi, taigi, žmogiška. Tačiau antra vertus, tos visumos faktiškai nėra. Mes pastebime tik transcendencijos fragmentus, iš kurių susideda savita realybės mozaika, kuriai ir suteikiama filosofinė prasmė. Filosofai, dėstantys tokias mozaikas, pristato jas įvairiai, nes remiasi įvairiais įspūdziais ir įvairiomis gyvenimo patirtimis. Vadinasi, kiekvienas filosofas išreiškia savo unikalų požiūrį į pasaulį, tačiau neskelbia jo kaip vienintelio įmanomo. Filosofija visada stebi realybę per konkrečią asmenybę. Tačiau *organizacijos filosofija* kelia ir sprendžia konkrečias pragmatines problemas priklausomai nuo užsibrėžtų tam tikrų tikslų bei sąlygų visuomenėje.

Filosofija, atverdamas asmeninių santykių, sampratų, institucijų reliatyvumą, tuo pačiu parodo, kad egzistuoja apibrėžtas tam tikras būties pagrindas, tam tikri dalykai, tokie, kaip būties transcendencija ir jos fenomenai, kurių negalima nei sunaikinti, nei ignoruoti. Filosofai, analizuojantys transcendenciją bei jos apraiškas be jokių praktinių tikslų stengiasi pasiekti vieną – suprasti tai, kas yra.

Organizacijos filosofija aiškina konkrečias realijas, besikeičiančias, turinčias praktinę reikšmę, gilinasi į visuomeninio gyvenimo dalykus. Taigi, kokia reali prasmė glūdi

sampratoje *organizacijos filosofija*? Mūsų nuomone, organizacijos filosofijos samprata priklauso mokslo sferai, kadangi jos išvados yra tvirtinančios, t.y. verifikuojančios empiriškai. Antra vertus, antikinės filosofijos požiūriu, visada buvo kuriamos naujos idėjos, ypač – visuomenės krizių metu, kada tų idėjų poreikis būdavo didžiausias. Tačiau tas teorijas visada realizuodavo religija, mokslas arba politika. Turint galvoje, kad filosofija neduoda galutinių atsakymų ir apčiuopiamų rezultatų, dažnai galvojama, kad ji nereikalinga. Tačiau nuo pat savo atsiradimo filosofija stengėsi būti naudinga ir kasdieniniame pasaulyje ir ieškojo būdų, kaip tai padaryti. A. Šliogerio nuomone, forma, kuria filosofija pasirodo kasdienybėje, yra sofistika. Šią sąvoką jis vartoja be jokio neigiamo atspalvio ir tvirtina, kad sofistika...,yra būdas, kuriuo filosofija pasireiškia viešumoje, šitaip įeidama į kasdienį žmogaus pasaulį“ (Šliogeris, 2001, p. 57). Kitaip sakant, sofistika ir yra filosofija, pritaikyta kasdienybei, arba paprasčiausiai – taikomoji filosofija, na, o „sofistas – išminčius, žinantysis, arba mūsų dienų kalba – specialistas“ (Šliogeris, 2001, p.57). Kaip čia yra suprantama sofistika? Filosofas visada klausia apie realybę be jokio pragmatizmo šešėlio, o tuo tarpu sofistas stengiasi atsakyti į gyvenimiškus klausimus. Transcendencija, filosofinio būvio kontempliacija negali tapti plataus vartojimo preke, tačiau galima parduoti žinias, žodžius. O tai jau sofistikos sfera. Vadinasi, terminas *organizacijos filosofija* yra pritaikytas kasdienybei, t. y. tampa praktiškąja filosofija.

Ar *organizacijos filosofija* reiškia mąstymo būdą? O gal dažniau filosofijos terminas vartojamas greta organizacijos ar vadybos tik kaip tam tikras papuošimas, ornamentas, kaip tie postmodernūs filosofai, kuriuos vadina *tiesos dizaineriais, cinikais, anti-demokratais*, nors jie tokie niekada nebuvo? (Campbell, Rene ten Bos, 2007). Filosofija kartais suprantama ir kaip tam tikra nostalgija, kai kalbama apie gyvenimo filosofiją ir filosofiją gyvenime. Galbūt todėl vadybininkai šiandien stengiasi tapti tikrais filosofais, kaip mes juos traktuojame senąja, tradicine, einančia nuo Platono, filosofų – išminčių samprata. Tai, kad XXI amžiuje kyla susidomėjimas išmintim ir jos išsaugojimu įvairiais pavidalais jau niekam nebekelia nuostabos(Campbell, Rene ten Bos, 2007). Būtent išmintinga veikla – filosofija – kaip mes jau pastebėjome, taikoma ir formuojant organizacijos viziją, misiją, strategiją, įvaizdį, klimata, ir kt.

Sąvoka *organizacijos filosofija* mūsų postmodernioje visuomenėje paprastai suprantama kaip organizacijos elgesio standartas, dalykinis credo. Ji nusako pagrindines vertybes, lūkesčius ir principus, kuriais veikia organizacija, siekdama savo tikslų ir vykdydama savo veiklą. Kintančios rinkos sąlygomis organizacijos priverstos labai greitai kurti bei keisti savo strategijas. Tačiau strategijos turi reikšmę ir yra efektyvios tik tada, kai jos yra aiškiai suvokiamos. Be to, emocingai priimamos organizacijos žmonių, susiejamos su aukštesnėmis vertybėmis. Vadinasi, reikia kurti organizaciją, kurioje žmonės mato tikėjimo prasmę, su kuria jie save identifikuoja, kuriai jie norėtų priklausyti. Šiuolaikinės organizacijos siekia turėti tokių darbuotojų, kurie būtų stipriai ir emocionaliai su ja susieti, nes labai dažnai ne finansiniai, o žmonių potencialo resursai, jų žinios ir patirtis lemia organizacijos sėkmę.

Formuojant *organizacijos filosofiją*, svarbu įvertinti tam tikrus aspektus, kurie dažnai yra visai kitokie, negu iki tol buvusi praktika. Organizacijose vis dažniau atsigręžiama į žmogų, į asmeninę darbuotojų patirtį, formuojamas toks organizacijos įvaizdis, ambicijos, kurios grindžiamos ryškesniu darbuotojų interesu ir dėmesiu, o ne strateginiais tikslais ar veiklos rezultatais (Norman, 2001). Tačiau sukurti *organizacijos filosofiją* dar neužtenka – labai svarbu yra ją išlaikyti. Kadangi *organizacijos filosofija*, kurią sudaro organizacijos vertybių sistema, grindžiama jausmais ir emocijomis, ji nėra labai ryški, tačiau būtent ji gali suvienyti, sutelkti žmones. Organizacijos, kuriose žmonės dirba praleisdami didžiąją aktyvaus savo laiko dalį, palaiptiesniui tampa pagrindine savęs realizavimo ir išraiškos vieta. Maža to, darbuotojai, ypač intelektualūs, nebenori „dirbti organizacijai“, bet nori jai priklausyti, būti jos nariais, identifikuoti save su organizacija. Jei darbuotojas sutapatina save su organizacija, jis jai skiria ne tik savo darbo laiką, bet ir emocijų energiją, siekdamas, kad jo organizacija veiktų sėkmingiausiai (Norman, 2001).

Įvairūs autoriai, nagrinėjantys *organizacijų filosofijos*, kultūros, strateginio valdymo problemas, išvardija daugelį sąlygų, lemiančių naujos *organizacijos filosofijos* sukūrimo ir įdiegimo sėkmę. Tačiau svarbiausios, ko gero, yra trys:

1. Asmeninio reikšmingumo pripažinimas.
2. Darbuotojų kompetencijos ugdymas.
3. Darbuotojų asmeninės iniciatyvos skatinimas.

Svarbiausia *organizacijos filosofijos* esmė ir galutinis tikslas yra pasiekti individo – organizacijos darbuotojo – savęs identifikavimą su savo organizacija. Tačiau, tai sunkus uždavinys. Prieš tai turi būti suformuota stipri ir pakankamai savita organizacijos kultūra (Kasiulis, Tarvydienė, 2001). Dalies autorių vadybininkų nuomone, organizacijos sėkmę lemia trys pagrindinės priežastys:

- asmeninio reikšmingumo pripažinimas;
- darbuotojų kompetencijos ugdymas;

- darbuotojų asmeninės iniciatyvos skatinimas (Jucevičius, 1998; Norman, 2001).
 Tai suprantama kaip *organizacijos filosofijos* pamatas. Vadinasi, galima daryti išvadą, kad postmodernioje visuomenėje terminas *filosofija*, vartojamas kaip praktinės tam tikros organizacijos vertybių sistemos įprasminimo būdas, neprieštarauja savo pamatinei išminties meilės prasmei.

Išvados

1. Šiandieniniai ekonomistai, vadybininkai bei kitų sričių specialistai terminą *organizacijos filosofija* vartoja įvairiomis reikšmėmis:

- ✓ suteikdami jam organizacijos strategijos ir taktikos (planavimo, organizavimo, kontrolės, stipriųjų – silpnųjų pusių išskyrimo, pasilyginimo su kitomis organizacijomis) turinį,
- ✓ tapatindami jį su organizacijos misija,
- ✓ tapatindami jį su kokybės ir verslumo filosofija,
- ✓ tapatinamas su ideologija, ar net vartojamas vietos šio termino,
- ✓ suteikdami organizacijos kultūros turinį,
- ✓ kaip gamybinės veiklos pasaulėžiūros formavimo pagrindas,
- ✓ tapatinama su organizacijos įvaizdžiu,
- ✓ kaip galimybė periodiškai kintant sistemai pateikti savo klientams geriausius sprendimus,
- ✓ tapatinama su organizacijos valdymu visuose lygiuose.

2. Naudojant terminą *organizacijos filosofija* aptariami bendri verslumo, organizacijos misijos, kultūros institucijų bei verslo įstaigų veiklos ir kitų visuomenės praktikos sričių klausimai, sprendžiamos konkrečios ekonomikos, verslo ir kultūros problemos.

3. Sąvoka *organizacijos filosofija* tiek kaip mokslo, tiek kaip filosofijos kategorija gali būti suprantama kaip tapati – *pažinti esmę*. Sąvoka *filosofija* siejama su būtimi ir transcendencija, su pasaulio kaip visumos suvokimu, tuo tarpu sąvoka *organizacijos filosofija* kelia konkrečias, praktines visuomenės organizacijos problemas.

4. Sofistikos, sferoje terminas *filosofija* gali būti pritaikytas kasdienybės aiškinimui, taigi, *organizacijos filosofija* tampa praktiškosios filosofijos dalimi.

5. Sąvoka *organizacijos filosofija* mūsų postmodernioje visuomenėje paprastai suprantama kaip organizacijos elgesio standartas, dalykinis credo. Ji nusako pagrindines vertybes, lūkesčius ir principus, kuriais veikia organizacija, siekdama savo tikslų ir vykdydama savo veiklą.

6. Postmodernioje visuomenėje terminas *filosofija*, vartojamas kaip praktinės tam tikros organizacijos vertybių sistemos įprasminimo būdas, neprieštarauja savo pamatinei išminties meilės prasmei.

Literatūra

1. Ackroyd S., Fleetwood S. (2004). *Critical Realist Applivations in Organisation and Management Studies*. London: Routledge.
2. Barčkutė O. (2002). *Šiuolaikinės verslo organizacijos informacijos išteklių vadybos filosofija*. Informacijos mokslai. Vilnius: VU leidykla, 22, 51– 59.
3. Campbell J., Bos R. T. (2007) *Philosophy and organisation*. London: Routledge,
4. Caratini R. (2007). *Filosofijos įvadas*. Vilnius: Kronta.
5. Drūteikienė G. (2002). *Organizacijos įvaizdžio kūrimas: apibendrinamojo modelio link*. Vilnius: VU leidykla.
6. Jucevičius R. (1998). *Strateginis organizacijų vystymas*. Kaunas: KTU leidykla.
7. Kasiulis J., Barvydienė V. (2005). *Vadovavimo psichologija*. KTU: Technologija.
8. Kauno kolegijos internetinis puslapis. Prieiga per Internetą 2010-04-10. <<http://www.kauko.lt>>
9. Norman R. (2001) *Service Management: Strategy and Leadership in Service Business*. Britain: John Willey and Sons.
10. Palubinskas G. T. (1997). *Strateginio planavimo procesas*. Kaunas: Technologija.
11. Peters T., Waterman R. (1982). *In Search Of Excellence: Critiquel*. London: Sage.
12. Šliogeris A. (2001). *Kas yra filosofija?* Vilnius: Strofa.
13. Vasiliauskas A. (2002). *Strateginis valdymas*. KTU: Technologija.
14. Welsch W. (2004) *Mūsų postmodernioji modernybė*. Vilnius: Alma littera,
15. Гусаров А. В. (1999) *Определение миссии организации*. Менеджмент в России и за рубежом No3. Prieiga per Internetą 2010-04-10. <http://www.iteam.ru/publications/strategy/section_15/article_3622/>

16. Лужаков А. (2001). *Философия и идеология фирмы в работе с персоналом*. Prieiga per Internetą 2010-04-10. <<http://www.cfin.ru/press/2001-5/.shtml>>

PHILOSOPHY OF ORGANIZATION AS A PRACTICAL METHOD OF ORGANIZATION FUNCTIONING

Economic challenges of the market, changing society as well as technological environment set up new objectives for modern business, production organizations as well as academic institutions. Besides the economic interests, public and productive forces, the importance of both cultural norms and values in organization as well as complex social process, where the leading role is played by the most important factor – human potential, human resources, their creativity, adaptability to novelties, become evident. This preconditions the changes in the attitude towards the organization – the need to describe it not only in economic terms, but to give a broader perspective, to evaluate all relations, culture, the hierarchy of social values, etc. occurs. What is the best way to describe these relations? What is the term including its full spectrum? Can it be guaranteed by the term „organizational culture“?

The term Philosophy is polysemous. Sometimes it is used in different meanings, that is why it should be analysed regarding this semantic variety. The article analyses the perception of the essence of organization philosophy, describing practical application of term, which nowadays is polysemous and is separated from the term sophistry in ancient Greece. However, some parallels may be found between traditional philosophical understanding and modern use of the term. It has been observed that by analysing this concept it is possible to speak about the organizational philosophy of all world organizations or just the organizational philosophy of a single organization by emphasizing different aspects. In the contemporary society market economy conditions general laws, not only the ones of economical management, but also other societal management laws become important. That is why majority of authors from different countries think that the term philosophy reflects all processes, disappearing from the society, that solve practical factors of society functioning in the most effective way. That is why the organizational philosophy, describing practical society problems may be perceived as sophistry in its antique sense, i.e. its manifestation in public, as philosophy adapted to everyday life, which, like in the ancient Greece, is trying to interpret practical means of the society functioning.

Key words: philosophy of organization, socium, practical philosophy, sophistry, organization functioning.

Įteikta: 2010 m. balandžio 15 d.

Priimta publikuoti: 2010 m. gegužės 14 d.