

MISJA, WIZJA I CELE UNIwersYTETU EKONOMICZNEGO

Wioleta Gawęł

Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie
ul. Rakowicka 27, 31-510 Kraków
e-mail: wioletagawel91@gmail.com



ABSTRAKT

Teza. Trudności w określeniu całościowej misji uniwersytetu powodują konieczność systematyzacji trzeciej misji uniwersytetu.

Omówione koncepcje. Analizie zostały poddane misje uniwersytetów ekonomicznych w Polsce: Szkoła Główna Handlowa, Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu, Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu, Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach, Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie.

Wyniki i wnioski. Uczelnie w sposób klarowny określają misję związaną z badaniami i kształceniem oraz profilem swojej jednostki. Odpowiedzią na zmieniające się warunki zewnętrzne i oczekiwania interesariuszy są zawarte w trzeciej misji, która nie została w pełni uchwycona.

Oryginalność/wartość poznawcza podejścia. W Polsce tematyka trzeciej misji uniwersytetu nie jest w pełni wyeksponowana, analiza misji uniwersytetów ekonomicznych stanowi oryginalną próbę zbadania tego problemu w środowisku akademickim.

Słowa kluczowe: misja, uniwersytet, zarządzanie, trzecia misja uniwersytetu.

Mission, vision and goals of the economic university

ABSTRACT

Argument. Difficulties in defining the holistic mission of the university make it necessary to systematize the university's third mission.

The concepts discussed. The mission of economic universities in Poland is analyzed - the Warsaw School of Economics, the University of Economics in Poznan, the University of Economics in Wrocław, the University of Economics in Katowice, the University of Ecoethics in Krakow.

Results and conclusions. Universities clearly define the mission related to research and education as well as the profile of their unit - this response to the changing external conditions and expectations of stakeholders in the form of the third mission has not yet been fully captured.

Originality / cognitive value of the approach. In Poland, the subject of the third mission of the university is not fully explored, and the analysis of the mission of eco-

conomic universities is an original attempt to investigate this problem in the academic environment.

Key words: mission, university, management, third university mission.

WSTĘP

Określenie misji, wizji i celów to fundament w budowie strategii każdej organizacji, bez względu na to jakiego jest ona charakteru. Precyzyjnie ujęte pozwalają wracać do nich, gdy pojawia się chwila rozterki i zastanowienia, w którą stronę powinna zmierzać organizacja. Również uniwersytety wyznaczają sztandarową myśl, która będzie przyświecać ich działaniom i stanowi wyznacznik do budowania strategii. Znaczenie misji uniwersytetu ma coraz większe znaczenie, wraz z pojawiającymi się zmianami w szkolnictwie wyższym. Każda ze zmian powinna być spójna ze sztandarowymi wartościami zawartymi w misji i przyczyniać się do jeszcze lepszego wypełniania zadań przez uniwersytet. W niniejszym opracowaniu rozważania zostaną skoncentrowane na publicznych uczelniach ekonomicznych w Polsce: Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu, Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu, Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach, Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie. Na przykładzie tych uniwersytetów przeanalizowane zostaną misje i wynikające z nich wartości, jak i zadania uniwersytetu. Celem niniejszej analizy jest próba wyjaśnienia na ile wyznaczone misje są wciąż aktualne w zmieniającej się rzeczywistości społeczno-gospodarczej.

TRZY MISJE UNIwersYTETU

W literaturze przedmiotu coraz częściej pojawia się określenie „trzy misje uniwersytetu”. Zgodnie z takim rozumowaniem, pierwsza misja dotyczy dydaktyki, druga związana jest z prowadzeniem badań, a trzecia misja związana jest z obowiązkami społecznymi. Geneza takiego podziału sięga końca XX wieku, a więc brak jednoznacznej systematyzacji w literaturze jest uzasadniony (Leja, 2015). Zadaniem uniwersytetu jest zatem kształcenie studentów, przekazywanie im najnowszych wyników badań i wspieranie procesu edukacji. Uczelnie powinny również tak kształcić, aby studenci potrafili odnaleźć się na rynku pracy, nie tylko po skończeniu edukacji, ale również na dalszych etapach kariery. W kontekście prowadzenia badań, istotą jest niezależność i nieskrępowane poszukiwanie prawdy, a także nieuleganie wpływom środowiska zewnętrznego przy prowadzeniu badań. Do trzeciej misji zaliczane jest kształcenie studentów na świadomych, zaangażowanych i odpowiedzialnych obywateli oraz odpowiedzialność za interakcje ze wszystkimi interesariuszami. Mowa tu zatem o interesariuszach wewnętrznych: studentach i pracownikach oraz zewnętrznych, do których zaliczane jest w szczególności: społeczeństwo, otoczenie biznesowe i środowisko naturalne.

Wyznaczanie misji dla każdej organizacji ma ogromne znaczenie. Przed szkołami wyższymi stawia się dwa podstawowe zadania: prowadzenie badań i kształcenie. Ostatecznym umocowaniem tych zadań są wartości etosu akademickiego. Uczelnie jednak muszą mieć na uwadze także to, że są instytucjami pożytku publicznego. Za-

tem każda uczelnia to z jednej strony wspólnota akademicka, dla której głównym wyznacznikiem działań jest etos akademicki, z drugiej zaś strony to instytucja, dla której wyznacznikami działania są: misja, strategia oraz administracyjne procedury kierowania i zarządzania (Szostek, 2015).

SZKOŁA GŁÓWNA HANDLOWA

Jako pierwsza analizie zostanie poddana Szkoła Główna Handlowa. Misja, z którą obecnie identyfikuje się uczelnia, została przyjęta przez Senat SGH dnia 26 listopada 2008 roku. Spisana jest w ramach dokumentu: *Misja i założenia strategii rozwoju Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie na lata 2008-2012*. Dokument ten nie zawiera jednak wizji uniwersytetu. Ponadto lata, na które została sformułowana strategia, sugeruje, że problematyka ta powinna zostać poddana nowym rozważaniom (Szkoła Główna Handlowa, 2008). Misja zapisana jest dosyć zwięźle – w trzech akapitach zawiera najważniejsze założenia funkcjonowania uczelni. Pierwszy akapit misji Szkoły Głównej Handlowej poświęcony jest tradycji uniwersytetu: „Szkoła Główna Handlowa w Warszawie jest najstarszą uczelnią ekonomiczną w Polsce. Zmierzając do nadania swej działalności akademickiej wymiaru europejskiego, łączy ona ponadstuletnią tradycję z podejmowaniem zadań teraźniejszości oraz wyzwań przyszłości” (Szkoła Główna Handlowa, 2018, s. 2). Podkreśla miejsce uczelni pośród innych ośrodków, a mianowicie wskazuje, że jest to ośrodek z najdłuższą tradycją. W tym akapicie nawiązuje również do strategii swojego funkcjonowania. Podkreśla swoją akademiczność na poziomie europejskim oraz łączenie tradycji uniwersytetu z dzisiejszymi oraz przyszłymi zadaniami. Nie odnosi się jednak do żadnej z trzech misji uniwersytetu prezentowanych w literaturze. Stanowi pewnego rodzaju zaprezentowanie i wprowadzenie do specyfiki uczelni.

Dalej czytamy o pierwszej i drugiej misji uniwersytetu: „W nauczaniu i wychowywaniu Szkoła dąży do przekazywania najnowszej wiedzy, umiejętności rzetelnej pracy oraz odpowiedzialności wobec społeczeństwa, a w badaniach naukowych kieruje się szacunkiem dla prawdy oraz pożytkiem społecznym. Uczelnia kształci i prowadzi badania w zakresie ekonomii oraz nauk o zarządzaniu, korzystając z dorobku innych nauk społecznych” (Szkoła Główna Handlowa, 2018, s. 2). W przypadku dydaktyki SGH w swojej misji mówi zarówno o przekazywaniu wiedzy, jak i wychowaniu. Ponadto dokłada starań, aby przekazywana wiedza była najnowsza. Zajmuje się również, w ramach pierwszej misji, kształtowaniem umiejętności wykonywania pracy w sposób rzetelny oraz uczy studentów odpowiedzialności. Drugą misją uczelni, a więc prowadzenie badań, sformułowana jest zgodnie z etosem akademickim, gdzie wartością fundamentalną w prowadzeniu badań naukowych jest dążenie do prawdy. W kontekście badań naukowych dodana jest jeszcze jedna wartość, mianowicie pożytek społeczny. Sformułowanie to jest utożsamiane z zadaniami uczelni, jednak w etosie akademickim nie pojawia się tuż obok prawdy, a znacznie dalej, wraz z rzetelnością i odpowiedzialnością (Kloc, Chmielecka, 2004). W przypadku SGH taka hierarchia wartości może wynikać z profilu uczelni. Kształcenie społeczne wymaga zarówno wiedzy teoretycznej, jak i badań w tym zakresie. W dalszej części akapitu, w misji są zawarte dyscypliny w ramach których są prowadzone badania: ekonomia i nauki o zarządzaniu oraz co

istotne, SGH podkreśla, że w prowadzonych badaniach uwzględnia osiągnięcia innych nauk społecznych. Prowadzone badania nie pozostają zatem w próżni, a mogą mieć przełożenie na rzeczywistość społeczno-gospodarczą.

Trzeci akapit odnosi się do wizerunku uczelni: „Absolwenci Uczelni, wyposażeni w najnowszą wiedzę ogólną i specjalistyczną, wnoszą istotny wkład w życie gospodarcze, społeczne i polityczne w kraju i za granicą. Współtworzą oni wraz z nauczycielami akademickimi, pracownikami administracyjnymi, studentami oraz przedstawicielami środowisk związanych ze Szkołą jej wizerunek, promując dorobek oraz wspólnie realizując posłannictwo” (Szkoła Główna Handlowa, 2018, s. 2). Określony jest profil absolwenta – posiadającego zarówno wiedzę ogólną, jak i szczegółową. Studenci kształceni są na świadomych obywateli, którzy uczestniczą w życiu społecznym, politycznym oraz gospodarczym, zarówno w kraju, jak i za granicą. Ponadto absolwenci wraz z obecnymi studentami, nauczycielami akademickimi i pracownikami administracyjnymi, a także przedstawicielami środowisk, które współtworzą uczelnię, promują dorobek swojego uniwersytetu i realizują jego posłannictwo. Akapit ten można traktować jako próbę określenia trzeciej misji uniwersytetu, jednak w odniesieniu do zadań związanych z nią, które wymieniane są w literaturze, zdefiniowanie jej wydaje się być niepełne.

UNIwersytet Ekonomiczny w Poznaniu

Wizja i misja Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu zawarte są w *Aktualizacji Strategii Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu na lata 2017-2020*. Zawiera ona zarówno misję, jak i wizję uniwersytetu, a także cele oraz działania strategiczne, na których uczelnia będzie się koncentrować w najbliższych trzech latach. Dokument ten stanowi aktualizację wcześniej sporządzonej strategii na lata 2013-2020 - dynamika zmian otoczenia zewnętrznego była zbyt duża, aby strategia pozostała w swojej niezmienionej postaci (Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu, 2017).

W pierwszej części misji Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu wyszczególnione są aspekty wynikające z pierwszej i drugiej funkcji uniwersytetu. Są to zatem zadania związane z badaniami i kształceniem. Zgodnie z przyjętą misją, powinny się one odbywać w zakresie nauk ekonomicznych oraz być w zgodzie z tradycją uczelni. W tym miejscu UEP podkreśla, że został stworzony przez przedsiębiorców, a także zadania, które realizuje UEP powinny być wykonywane z poszanowaniem zasad etyki, odpowiedzialności społecznej oraz wolności akademickiej. Ponadto działania powinny być podejmowane z myślą o gospodarce, zarówno obecnej, jak i tej, w której będą funkcjonować przyszłe pokolenia. W tak zdefiniowanej misji trudno doszukiwać się elementów związanych z tzw. trzecią funkcją uniwersytetu, jednak samo podkreślenie aspektu związanego ze społeczną odpowiedzialnością, w pewnym sensie do tego zamierzenia prowadzi. Nie występuje tutaj tak jednoznaczne stwierdzenie, jak w przypadku SGH o kształceniu światłych obywateli, jednak podkreślona jest rola interesariuszy zewnętrznych, co również stanowi ważną składową trzeciej misji uniwersytetu.

Wizja Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu sprowadza się do miejsca uczelni na rynku edukacyjnym i w przestrzeni społeczno-gospodarczej. Uniwersytet ma ambicje być wiodącym ośrodkiem w kraju w zakresie ekonomii oraz buduje wizję

szerszą, a mianowicie znaczącego ośrodka na arenie międzynarodowej. Ponadto, bierze w swojej wizji pod uwagę zarówno interesariuszy zewnętrznych, jak i wewnętrznych. Chce być odpowiedzialnym pracodawcą oraz dobrym partnerem do współpracy.

Cele strategiczne, wraz z przypisanymi do nich działaniami, Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu zawarł w czterech obszarach, co istotne każdy z nich związany jest z zadaniami wypełnianymi w ramach misji uniwersytetu. Pierwszy z obszarów to nauka. W jego obrębie zostały wyznaczone dwa cele strategiczne: związany z rozwojem badań naukowych oraz wzrostem konkurencyjności w sferze badawczej na arenie międzynarodowej. Cel ten zatem bezpośrednio dotyczy wypełniania drugiej misji uniwersytetu. Drugi aspekt to kształcenie, a więc pierwsza misja uniwersytetu. Zostały w nim określone również dwa cele, jeden związany z podnoszeniem jakości, a drugi z umiędzynarodowieniem. Cele strategiczne w tych obszarach dotyczą zmian zachodzących otoczeniu. Kolejny obszar jest już powiązany z trzecią misją uniwersytetu i dotyczy relacji z otoczeniem. Analogicznie zostały tutaj określone dwa cele: związany z doskonaleniem współpracy z partnerami oraz z budową wizerunku uniwersytetu nie tylko w kraju, ale i za granicą. Natomiast ostatni obszar to funkcjonowanie uczelni i tutaj cele związane są ze sprawnym działaniem organizacji, jak i polityką kadrową. W odniesieniu do wcześniej analizowanych misji, Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu w sposób bardziej szczegółowy podszedł do określania zadań wykraczających poza pierwszą i drugą misję. Pozwala to zauważyć, że potrzeba trzeciej misji uniwersytetu jest w tej uczelni uświadomiona. Natomiast brak precyzyjnego określenia co powinna zawierać trzecia misja, powoduje, że podejmowane są próby wyłonienia zadań, których wypełnianie będzie można w przyszłości nazwać trzecią misją.

UNIwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

Misja i wizja Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu zostały zapisane w strategii rozwoju uniwersytetu, zatwierdzonej przez senat dnia 26 marca 2015 roku (Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu, 2015). Misja uniwersytetu została zawarta w jednym zdaniu. Uczelnia aspiruje, do bycia wiodącym ośrodkiem w zakresie kształcenia ekonomicznego w regionie Europy, w którym usytuowany jest uniwersytet. Cele tej uczelni są o wiele mniej dalekosiężne aniżeli dwóch wcześniejszych uniwersytetów. Nieco odważniej jest podjęty ten aspekt w wizji uniwersytetu, gdzie jest już mowa o jednostce osadzonej nie tylko w perspektywie regionalnej i krajowej, ale również międzynarodowej. W takim odniesieniu geograficznym uniwersytet, zgodnie z wizją, powinien wypełniać zadania naukowe i dydaktyczne. Ponadto w wizji są również wyszczególnione: rola doradcza i opiniotwórcza uczelni. W wizji uniwersytetu mowa również o podejmowaniu przez uczelnię działań w myśl społecznej odpowiedzialności, z poszanowaniem zasad etyki oraz o relacjach z podmiotami, na które oddziałuje uczelnia: otwartość na interesariuszy zewnętrznych oraz zapewnianie przyjaznego miejsca pracy pracownikom i studentom.

Podobnie jak Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu, Uniwersytet Wrocławski określił kluczowe obszary, na których koncentruje swoje działania. Stanowi je sześć

strategicznych programów rozwoju. Pierwszy z nich to umiędzynarodowienie działań, a więc wypełnianie zadania związanego z obecnymi oczekiwaniami stawianymi uczelniom. W ramach tego obszaru uczelnia zakłada zwiększenie ilości przedmiotów prowadzonych w języku angielskim oraz zwiększenie udziału publikacji w renomowanych czasopiśmie zagranicznych, a także zaangażowanie w projekty badawcze o wymiarze międzynarodowym. Drugi program strategiczny stanowi nowość względem wcześniej omawianych misji. Podejmuje tematykę, której nie obejmują zadania uczelni wyznaczane w trzech misjach uniwersytetu, czy poprzez kodeksy akademickie. W programie tym mowa o motywacji, zakłada, że jego pracownikom brakuje czynników motywujących do zwiększonej aktywności naukowej, jak i poprawienia jakości prowadzonej dydaktyki. Taki punkt wyjścia stawia sobie uczelnia, aby w przyszłości wzmacniać wypełnianie dwóch pierwszych misji uniwersytetu. Następny obszar strategiczny to rozwój oraz wsparcie badań. Powiązany jest on z wcześniej omawianym obszarem. W programie, zwrócona jest uwaga, że zbyt mało środków potrzebnych do wykonania badań jest pozyskiwanych z zewnątrz, co może być spowodowane zbyt małym udziałem w tym zadaniu jednostek zajmujących się wsparciem organizacyjnym tego procesu. Kolejny wyznaczony obszar dotyczy współpracy wewnątrz uczelni, a więc pomiędzy wydziałami oraz katedrami. Osłabia to potencjał całego uniwersytetu, zwłaszcza w perspektywie badań interdyscyplinarnych. Ponadto problem ten jest niepokojący w kontekście wspólnotowości, będącej istotną wartością w kodeksie akademickim. Przedostatni z obszarów zatytułowany jest: młode talenty. W tym zakresie uniwersytet chce odpowiedzialnie podchodzić do budowania swojej kadry. W pierwszej kolejności pozyskując najlepszych studentów, a następnie uzdolnionych młodych adeptów nauki. Natomiast ostatni obszar to zapewnienie nowoczesnej oferty, która będzie adekwatna do oczekiwań społecznych i rynkowych.

UNIwersytET EKONOMICZNY W KATOWICACH

Misja Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach została zapisana w strategii tego uniwersytetu, na lata 2010-2017. Jak czytamy w operacjonalizacji tej strategii, posiada ona perspektywę do 2020 roku. Zgodnie z misją, podstawowym zadaniem uniwersytetu jest kształcenie oraz tworzenie wiedzy. Wymieniane są również konkretne zadania, które realizuje jednostka. Pierwsze z nich związane jest z kształceniem. Uniwersytet zapewnia, że zadanie to jest wypełniane przez kadre z bogatym doświadczeniem. Drugie zadanie wykracza poza dwie pierwsze misje uniwersytetu wyznaczane w początkowej treści misji. Odnosi się do wychowania studentów do odpowiedzialności za wspólne dobro, posiadających umiejętność krytycznego myślenia, a także na ludzi przedsiębiorczych i profesjonalistów w sferze zawodowej. Kolejne zadanie dotyczy znaczenia pracy naukowej, która poprzez współpracę buduje światowy dorobek. Natomiast ostatnie zadanie mówi o zaangażowaniu uniwersytetu w sprawy gospodarki, społeczeństwa oraz dla swojego regionu. W przedstawiony powyżej sposób kształtuje się misja Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, jednak jak zostało to podkreślone w operacjonalizacji, nie zawiera ona wszystkich jej elementów i konieczne jest jej uszczegółowienie (Żabiński, Papaj, 2014).

UNIwersYTET EKONOMICZNY W KRAKOWIE

Historyczna dewiza Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie została zawarta w sentencji: „*Rerum cognoscere causas et valorem* – Poznać przyczyny i wartości rzeczy. Dać uniwersalne wykształcenie, łączyć wiedzę zawodową z wiedzą ogólną o charakterze metodologicznym i teoretycznym” (Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie). Pomimo, że misja ta jest wyrażona w bardzo wzniosły sposób, to w swojej treści zawiera dwie pierwsze misje uniwersytetu. Mianowicie mówi o poznawaniu przyczyn i wartości, a więc o prowadzeniu badań naukowych. Następnie przyjmuje za swoje zadanie dawanie uniwersalnego wykształcenia, a więc mowa tu o dydaktyce na poziomie uniwersyteckim. Kolejna fraza nawiązuje również do kształcenia zgodnie z profilem uczelni – wymieniona jest dlatego wiedza zawodowa. Okazuje się zatem, że nawet w takiej nieopisowej postaci można wyraźnie określić misje uniwersytetu, wraz z zaznaczeniem wagi kształcenia zgodnie ze specyfiką uczelni. Jednakże, nie jest tutaj uwzględniona trzecia misja uniwersytetu.

W 2010 roku Senat Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie uchwalił *Strategię Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie na lata 2011-2020*. W strategii została przyjęta historyczna dewiza uniwersytetu oraz w sposób bardziej szczegółowy, zostały określone obowiązki uniwersytetu. Zadania, jakie przyjął do realizacji uniwersytet, zostały podzielone na trzy kategorie: dydaktyka, działalność naukowa, zarządzanie uniwersytetem. W dydaktyce zostały przyjęte cztery cele. Pierwszy z nich dotyczy podniesienia jakości kształcenia. Drugi mówi o dostosowywaniu oferty dydaktycznej zgodnie z wymaganiami gospodarki i otoczenia, a także spójnie ze specjalnością naukową uczelni. Kolejny cel związany jest ze zwiększeniem elastyczności całego procesu dydaktycznego, a ostatni cel dotyczy zwiększenia umiędzynarodowienia. W obszarze działalności naukowej, zostały wymienione trzy cele strategiczne. Pierwszy cel dotyczy aspiracji uniwersytetu, by osiągnąć pozycję wiodącego ośrodka w zakresie badań ekonomiczno-społecznych, a także osiągnięcia znaczącej pozycji w wybranych dyscyplinach na arenie międzynarodowej. Drugi dotyczy rozwinięcia współpracy uniwersytetów z sektorem biznesowym w kontekście prowadzenia badań. Natomiast ostatni cel stanowi poprawę działania jednostek, które wspomagają aktywność badawczą pracowników. W obszarze zarządzania pierwszy cel związany jest z utrzymaniem ekonomicznej zdolności uczelni. Drugi odnosi się do studentów, mówi o polepszeniu jakości obsługi oraz poprawieniu ich warunków bytowych. Kolejny cel to doskonalenie zarządzania, a ostatni dotyczy wykorzystania bazy materialnej uniwersytetu. Łącznie w 11 celach strategicznych nie została zawarta żadna wzmianka o wykonywaniu przez uczelnię zadań wykraczających poza dwie pierwsze misje uniwersytetu. Być może próbą nawiązania do trzeciej misji uniwersytetu jest cel związany z elastycznością dydaktyki oraz dostosowywaniem kształcenia do oczekiwań otoczenia, jednak trudno jednoznacznie to stwierdzić.

PODSUMOWANIE

Wszystkim zaprezentowanym misjom uniwersytetów towarzyszy podniosła oprawa. W przypadku Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie jest to sentencja wyrażająca misję, natomiast pozostałe uniwersytety stosują zabiegi językowe i stylistyczne,

takie jak: wyszukane i podniosłe słownictwo oraz podniosły ton. Zabieg taki podkreśla istotę instytucji uczelni w społeczeństwie, a także podejście do zarządzania uczelnią.

Uczelnie ekonomiczne w Polsce w swoich misjach zawierają klasyfikowane w literaturze dwie pierwsze misje uniwersytetów: prowadzenie badań i kształcenie. Dostyc szczegółowo uczelnie opisują zadania w tym zakresie, podkreślając przy tym swój profil kształcenia. Ponadto dwie pierwsze misje uniwersytetu wpisują się w strategię zarządzania jednostkami, gdzie zazwyczaj opisywane są w sposób bardziej szczegółowy. Sformułowanie trzeciej misji nie jest już zadaniem prostym dla uniwersytetów. Uczelnie próbują ją wyznaczyć, jednak jest ona słabo usystematyzowana i często niekonkretna. Problem ten wybrzmiewa z misji przyjętych przez uczelnie ekonomiczne, gdzie są podejmowane próby dodania trzeciego elementu do misji, jednak jego nazwanie oraz określenie, co powinno się na niego składać, nie jest w pełni usystematyzowane.

Podsumowując, uczelnie w sposób klarowny określają misję związaną z badaniami i kształceniem oraz profilem swojej jednostki. Natomiast w pełni nie została uchwycona odpowiedź na zmieniające się warunki zewnętrzne i oczekiwania interesariuszy w postaci trzeciej misji. Wydaje się to jednak zadaniem nieuchronnym, a podjęcie się go może doprowadzić do większej zgodności w debacie publicznej w zakresie celów, jakie powinna wypełniać uczelnia. Z drugiej jednak strony rozważaniom należałoby poddać wpływ sformalizowania trzeciej misji uniwersytetu na rzeczywiste podejmowanie działań społecznie odpowiedzialnych. Nałożenie obowiązku może bowiem doprowadzić do zatracenia idei i przejścia w model wypełniania obowiązków. Stanowić może również element budowania wizerunku, bez odniesienia do rzeczywiście podejmowanych działań. Ponadto problemem jest również nie samo wyznaczanie misji, a jej wypełnianie. Na większą uwagę zasługuje zatem kwestia wywiązywania się z deklarowanych zadań przez uczelnie. Dobrowolność w zadaniach dotyczących społecznej odpowiedzialności jest zatem istotna, a odpowiedzialność społeczna powinna wynikać z woli poszczególnych osób tworzących społeczność akademicką.

BIBLIOGRAFIA

1. Kloc, K., Chmielecka, E., Minkiewicz, B., Śmierciak, B. (2004). Etos akademicki. Wartości i zasady postępowania przyjęte w Szkole Głównej Handlowej w Warszawie. W: K. Kloc, E. Chmielecka (red.), *Dobre obyczaje w kształceniu akademickim* (ss. 9-14). Warszawa: Fundacja Promocji i Akredytacji Kierunków Ekonomicznych.
2. Leja, K. (2015). Trzy misje, trzy ścieżki kariery. *Forum Akademickie*, 1/2015, 21-23.
3. Szkoła Główna Handlowa, pobrane z: http://uczelnia.sgh.waw.pl/en/university/information/mission/Documents/misja_i_zalozenia_strategii_rozwoju_sgh.pdf.
4. Szkoła Główna Handlowa, pobrane z: <http://uczelnia.sgh.waw.pl/pl/uczelnia/informacje/misja/Strony/default.aspx>.
5. Szostek A. (2015). *Program rozwoju szkolnictwa wyższego do 2020 r. CZĘŚĆ II Misja społeczna uniwersytetu w XXI wieku*. Warszawa: KRASP.
6. Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, pobrane z: <http://uek.krakow.pl/pl/uczelnia/o-uniwersytecie/misja.html>.
7. Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu, pobrane z: <http://ue.poznan.pl/pl/uniwersytet,c13/o-uczelni,c28/strategia,c81/strategia-2017-2020-uniwersytetu-ekonomicznego-w-poznaniu,a61981.html>.
8. Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu, pobrane z: http://www.ue.wroc.pl/uczelnia/5582/misja_i_wizja_uniwersytetu_ekonomicznego_we_wroclawiu.html.
9. Wawak T., *Strategie zarządzania i rozwoju uniwersytetów Krakowa*, pobrane z: <https://tadeusz.wawak.pl/content/strategie-zarzadzania-i-rozwoju-uniwersytetow-krakowa>.
10. Żabiński, L. Papaj, T. (2014), *Strategia rozwoju Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach: operacjonalizacja*. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach.