

Jolanta Żukowska

Znaczenie aksjologii w tworzeniu nowego paradygmatu ekonomii

Z powodu globalizacji, ale i konfliktów, wojen, wyzysku i biedy, cywilizacje przeniknęły się. Nie znaczy to, że członkowie różnych społeczności, kultur czy religii zasymilowali się, zintegrowali. Zapewne okoliczności te wpłynęły na wzrost różnorodności, co może okazać się korzystne przez wzrost poszanowania odmienności. Niekiedy jednak sytuacje te mogą wpływać na powstanie faktycznych zagrożeń. Towarzyszą nam ciągle zmiany, ruch, szybki przepływ informacji. Jesteśmy przy tym ograniczeni swoją cielesnością i uwarunkowani otoczeniem (kulturą, religią, społecznymi relacjami i normami).

W tej zmieniającej się rzeczywistości naturalnym staje się poszukiwanie nowych wartości, miar wartości oraz sposobów wyrażania zmienności i nieprzewidywalności. Pozwoliłoby to na wskazanie celów i możliwości osiągnięcia tych celów w przyszłości.

W tej dynamice kontrastów (mając na uwadze państwa i narody, gdzie wartość ludzkiego życia czy prawa jednostki nie należą do kategorii wyjątkowo uznanej) rozważać należy na nowo wartości istotne w ekonomii.

Przedsiębiorstwo w tej dyskusji wydaje się być nie tylko majątkiem i kapitałem, ale czymś więcej. Jak zauważa A. Herman [2015], *potrzebne jest wzmocnienie pozycji aksjologii w ekonomii i zarządzaniu oraz rozszerzenie palety realnie respektowanych wartości.*

Aksjologia

Aksjologia, obok epistemologii i ontologii, jest działem filozofii, który wywodzi się z etycznej koncepcji dobra. Wartość aksjologiczna to wszystko co cenne, godne pożądania, co jest celem ludzkich dążeń (Nowa Encyklopedia Powszechna, 1997, 644). Ontologia – „siostra aksjologii”, jest nauką o tym co jest. Zajmuje się problematyką przyczynowości, czasu, przestrzeni, konieczności i możliwości. Epistemologia natomiast, jako teoria poznania, rozważa pojęcia takie jak prawda, przekonanie, sąd, spostrzeganie, wiedza itd. Te „trzy siostry” filozofii są oddzielnymi działami, połączonymi jednak w tym zakresie – gdzie postrzeganie łączy się z tym, co jest i wartościami, dochodzi do faktycznego poznania, które łączy się z przekonaniem a skutkuje działaniem, które nie jest pozbawione sensu i przynosi pożytek.

Już w IV wieku p.n.e. wyróżniono, wśród trzech części, naukę o wartościach. Używano wówczas zamiennie pojęcia etyki i aksjologia [Tatarkiewicz, 1997, s. 14]. Sokrates, twórca etyki, za prawdziwą cnotę uważał wiedzę, a jej przekazywanie za najbardziej etyczne działanie człowieka [Tatarkiewicz, 1997, s. 75]. Ksenofont, uczeń Sokratesa, wprowadził już termin ekonomika jako nauka o gospodarowaniu i rozróżnił wartość użytkową dobra i jego wartość wymienną. Pieniądz stał się źródłem bogactwa. Platon natomiast sformułował bardzo ciekawą teorię cnót istotnych dla funkcjonowania społeczeń-

stwa, takich jak: męstwo, roztropność, pobożność, sprawiedliwość. Dobra realne były środkiem do poznania dóbr idealnych i wszelkiego dobra. Ostatnie miejsce zajmowały dobra zewnętrzne – posiadanie pieniędzy i wszelkiego mienia [Panfil, Szablewski, 2011].

Arystoteles koncentrował się na empirycznym zachowaniu ludzi. Zajmował się sztuką bogacenia się, gromadzenia pieniądza i ideą samego pieniądza, który był elementem umowy społecznej. Pieniądz miał pomagać w porównywaniu różnych dóbr – szczególnie do ich wartości użytkowej. Cena miała odzwierciedlać zatem użyteczność tych dóbr i uwzględnić koszty pracy.

W średniowieczu św. Tomasz z Akwinu, w swojej teorii ceny sprawiedliwiej wskazywał, iż wymiana sprawiedliwa musi być oparta na równych wartościach, a te oparte są na pracy, nakładach rzeczowych oraz usługach magazynowania i transportu towarów [Stankiewicz, 1987].

Prekursor ekonomii klasycznej, W. Petty podejmuje w XVII w. poznanie istoty wartości towaru i źródeł bogactwa narodów. W pomnażaniu bogactwa ma udział praca, ziemia i liczba ludności. Pracę można mierzyć za pomocą kosztów utrzymania, a ziemię przy pomocy teorii renty gruntowej. Wskazał zastosowanie procentu za użyczony kapitał [za: Stankiewicz, 1987].

W XVIII wieku, A. Smith rozróżnił wartość użytkową i wartość wymienną towaru. Wyjaśniał, iż cena rzeczywista towaru oparta na jego wartości, kształtuje się w procesie produkcji i procesie wymiany. Akcentował, iż praca jest jedynym, ostatecznym i rzeczywistym miernikiem oceny i porównań różnych dóbr. Praca stanowi o rzeczywistej cenie danego towaru, a pieniądz jest jedynie ceną nominalną. A. Smith, mówiąc o wartościach, miał na myśli nakłady pracy potrzebnej do wytworzenia danej jednostki towaru lub koszty pracy, jakie należy ponieść

do wytworzenia danej jednostki towaru. Pierwsza teoria odnosi się do społeczeństwa prymitywnego. Inne czynniki produkcji nie odgrywają istotnej roli. Również sama praca w tym społeczeństwie nie wykazuje zbyt dużego zróżnicowania pod względem zręczności i kwalifikacji. W działalności gospodarczej ludzie kierują się własnym egoistycznym interesem, wyrażającym się w dążeniu do osiągnięcia jak największego zysku. Twierdził on, że egoistyczny interes prywatnego producenta, w warunkach wolnej gospodarki rynkowej, przekształca się w dobro publiczne. Wszyscy kierujący się własnym interesem mogą najlepiej zaspokoić potrzeby całego społeczeństwa. Zgodność interesu osobistego z interesem społecznym wymusza działanie mechanizmu rynkowego, tzw. niewidzialnej ręki rynku, czyli zbioru sił działających na rynku, wymuszających od gospodarujących konkretne zachowania i postępowania. Siły, które zapewniają samoczynny rozwój gospodarczy, koordynują zachowania ludzi, wpływają na ich decyzje i działania gospodarcze [za: Panfil, Szablewski, 2011].

Żyjący w XIX w. angielski filozof, politolog i ekonomista, zwolennik utilitaryzmu i kontynuator brytyjskiego empiryzmu – J.S. Mill uważał, że najwyższą wartością jest osobista użyteczność, rozumiana jako źródło największych lub najwyższych przyjemności – utilitaryzm indywidualistyczny. Utilitaryzm społeczny charakteryzuje człowieka naprawdę moralnego, a szczęście mierzy się wartościami ekonomicznymi, czyli zyskiem i opłacalnością, moralne dobro ludzkiego działania uwarunkowane jest promowaniem szczęścia [za: Tatarkiewicz, 1997].

Żyjący w XIX w. F.W. Nietzsche ujmował rzeczywistość, a więc także człowieka, jako wyłącznie byt żyjący. Zanegował istnienie ukrytego sensu i układu świata. Poddął krytyce chrześcijaństwo oraz zachodnie kultury, jako oparte na złudzeniu. Podejście Nietzschego do reli-

gii i moralności cechowały ateizm i psychologizm. Uważał religię za wytwory ludzkie, które obarczone są błędem. Istota prawdy i dobra oraz metafizyczne rozważania umarły wskutek relatywizmu. Człowiek musi na nowo podjąć trud tworzenia wartości. Z tym jednak jest problem ponieważ jesteśmy *tworami chorej kultury* [za: Gadacz, 2009].

M. Scheler (początek XX w.) wprowadził rozróżnienie między wartościami i etosem, czyli sferą wartości tworzoną i uznawaną przez konkretnego człowieka lub grupę ludzi, będącą subiektywnym odczuciem. W ramach apriorycznej, wieczystej, ponadhistorycznej i obiektywnej hierarchii wyróżniał pięć rodzajów wartości: religijne (tego co boskie i tego co święte), duchowe (estetyczne, poznawcze, wartości porządku prawnego), witalne, hedonistyczne i użyteczne (użyteczne) [za: Panfil, Szablewski, 2011]. Wartości te tworzą wieczystą hierarchię, z wartościami religijnymi jako wyższymi w stosunku do pozostałych. Każda wyższa wartość nadaje sens niższej (pieniądz jest bezsensowny, jeśli nie służy przyjemności, przyjemność, jeśli nie wzmacnia naszych sił witalnych, życie ma sens dzięki temu, że poświęca się je jakiejś idei itd.). Człowiek jest ukierunkowany na wartości w intuicyjnych aktach doświadczenia. Doświadczenie wartości jest wewnętrznym przeżywaniem miłości. Miłość to akt racjonalnego preferowania wartości wyższej nad niższą. Podstawą wszystkich aktów aksjologicznych jest pierwotne przeżycie miłości – przeżycie miłości do Boga. U podstaw racjonalności, bycia osobą, bycia człowiekiem leży więc akt religijny. Miłość do *ens a se*, czyli tego co bytuje samo w sobie, daje fundament aksjologiczny i metafizyczny, a więc antropologiczny – jest fundamentem człowieczeństwa. Człowiek jako osoba, jako samoświadome centrum aktów duchowych jest *homo religiosus*. Kontynuatorem (w pewnym sensie) myśli M. Schelera i jej przeniesieniem

na grunt chrześcijaństwa, był K. Wojtyła, późniejszy Jan Paweł II. W związku z habilitacją podjął systematyczne studia nad myślą etyczną fenomenologa M. Schelera. Jego dzieła czytał w oryginale. W 1953 r. przedłożył pracę naukową *Ocena możliwości oparcia etyki chrześcijańskiej na założeniach systemu Maksa Schelera*. K. Wojtyła zauważa, że sama spontaniczność chcenia, jak i konieczność wybierania spośród różnych możliwości, nie niszczy spontaniczności kierowania się ku różnym dobrom (wartościom), ale wprost buduje dynamizm ludzkiego działania. Przedmiot ludzkiego chcenia jest zróżnicowany jakościowo i przedmiotowo, ale – zawsze stanowi jakąś wartość dla podmiotu. Chcenie z natury swej odnosi się do wartości i poza tym odniesieniem nie konstytuuje się w podmiocie ani też – co za tym idzie – nie pojawia się w świadomości. Nic też nie stoi na przeszkodzie, żeby wartości, jako przedmiot i rację bytu ludzkich chcień (przy całym ich zróżnicowaniu oraz nieodzownym zhierarchizowaniu) uznać za cel. Spełniając takie czyny, człowiek sam o sobie stanowi [Wojtyła, 1994].

Potem, już jako Jan Paweł II w encyklice *Veritatis Splendor* stwierdza, że poprzez czyny człowiek jako podmiot działania przekracza siebie, zwracając się w stronę konkretnych dóbr. Te dobra są wartościami moralnymi o tyle, o ile służą afirmacji osoby ludzkiej. Człowiek najbardziej spełnia się poprzez miłość, dlatego najwyższą wartością moralną jest miłość jako dar z siebie. Dobra stają się wartościami moralnymi poprzez odniesienie podmiotu działania do prawdy. Prawda jest wartością, która leży u podstaw odniesienia człowieka do wszystkich dóbr. Może to uchwycić prawdziwe i prawe sumienie człowieka przez analizę struktury bytowania i działania człowieka. Sumienie jest jedynym świadkiem prawości lub nieprawości moralnej człowieka.

W encyklice *Laborem Exercens* z 1981 r. Jan Paweł II wskazał na wartość pracy

ludzkiej i na człowieka jako podmiot tej pracy, czyli właściwego sprawcę i twórcę. Błąd kapitalizmu może powtórzyć się wszędzie tam, gdzie człowiek zostaje potraktowany na równi z całym zespołem materialnych środków produkcji jako narzędzie, a nie jako podmiot i sprawca, a przez to samo także jako właściwy cel całego procesu produkcji. Natomiast w *Ewangelium Vitae* z 1995 r. podkreśla znaczenie sumienia jako wyznacznika wartości. Sumienie jest okiem dającym światło duszy. Jeśli jednak sumienie nazywa „zło dobrem, a dobro złem” znaczy to, że weszło na drogę niebezpiecznej degeneracji i całkowitej ślepoty moralnej.

Trzeba podkreślić, iż wybór wartości – zarówno aksjologicznych, nadawanie im rangi w kategoriach pieniężnych oraz za ich pomocą nadawanie preferencji indywidualnych i społecznych, zazwyczaj ma charakter hierarchiczny i wpływa na kierunki rozwoju społeczeństw i na przyjmowane cele. Wartościowanie wymaga decyzji, wymaga wyboru i potrzebuje rozstrzygnięć o charakterze etycznym. Jest też poszukiwaniem rozwiązań do konkretnych sytuacji. Aksjologia jest jednym z najważniejszych pojęć i działów filozofii, ma ona rosnący wpływ na wszelką działalność człowieka, gdyż przekłada się na postawę, zachowanie i działania ludzkie [Herman, 2015].

Obecnie, aksjologia jako nauka o wartościach staje się wyznacznikiem dążeń ludzkich, w tym również w dziedzinie gospodarowania.

Wartość dążeń, wartość rzeczy, wartość celu

Trzy podstawowe wartości, które wrosły w naszą rzeczywistość to: wartość przedmiotu, wartość dążenia, wartość celu. Każdy podmiot prowadzący działalności również porusza się w obszarze tych wartości. Wartość rzeczy dotyczy wartości dóbr, które posiadamy, nabywamy, które mają swój wyraz finansowy. Wartość rze-

czy określa jej użyteczność i przydatność, ale również jej ograniczoność (ilościową). Związane jest to z zapotrzebowaniem i możliwościami jej wytworzenia. Rzecz może mieć wartość finansową, sentymentalną albo określaną przez potrzeby wyższego rzędu. Najczęściej jednak rzeczy służą nam do realizacji innych wartości, a więc wartości dążeń. Wówczas można mówić o wartości doświadczeń, przeżyć emocjonalnych, duchowych, które prowadzą do poczucia dobrostanu i spełnienia. Co najmniej trzy wymiary stanowią o wartości rzeczy. Wartość rzeczy jest najmniejszą częścią naszej rzeczywistości.

Pytaniem pozostaje również – czy wartość finansowa rzeczy wyraża i zawiera wartość kreacji (wartości niematerialne)? Wartość rzeczy wyrażana jest przez:

- materialność – to co widzimy, funkcjonalność,
- przydatność – użyteczność – to za co płacimy,
- kreatywność i wiedza inżynierska – czyli to co „osnuwa” i przenika rzecz – co zostało stworzone przez kreatora tej rzeczy – człowieka.

Wartość można rozważać w aspekcie:

I. finansowym, wówczas dotyczy wartości:

- rzeczy i kapitału – w ekonomii dla zasobów i źródeł finansowania,
- korzyści – rozumiane jako wygoszpodarowane nadwyżki, wartość dodana,
- procesów (inwestycji, wydatki, koszty, przychody).

II. ponadczasowe – uniwersalne:

- szacunek osoby ludzkiej, życia ludzkiego,
- poszanowanie prawa,
- poszanowanie inności – niepełnosprawności,
- prawda,
- dobro.

III. emocjonalnym:

- idee,
- miłość,
- nienawiść.

IV. intelektualnym

- sztuka, muzyka.

V. duchowym:

- cnoty,
- Bóg,
- przymioty,
- etyka i zasady etyki.

Wartości można rozpatrywać w znaczeniu:

- wartość rzeczy (zasobów, aktywów),
- wartość kapitałów (finansowym),
- wartość dążeń – wartość rzeczy przeszłych (do osiągnięcia zysku, minimalizacji kosztów, ochrony środowiska, zaspokojenia akcjonariuszy),
- wartość przeżyć (miłość, piękno, dobro – możemy je doświadczyć, ale jest trudno zmierzyć),
- wartość uniwersalnych dóbr – życie i prawo do życia, prawo do przekonań, do postępowania ze swoim sumieniem, do wiary, wolności.

Wartości przeżyć i wartości uniwersalnych, duchowych nie można wycenić i zmierzyć. Natomiast pozostałe wartości są mierzalne.

Wartościowanie

Mając cel, podejmujemy działanie i musimy dokonywać wyborów, w jaki sposób użyć posiadane rzadkie zasoby. Dokonuje się wówczas wartościowanie instrumentalne lub właściwe. Wartościowanie instrumentalne polega na ustaleniu, czy dany przedmiot i czynności są dobre jako środki do określonego celu. Ocena ta nie obejmuje skutku działań gospodarczych. Wartościowanie właściwe *continuum* wartościowania, uwzględnia najpierw cele, potem środki i znów cele [Klimczak, 2014].

Wartościowanie może odbywać się na podstawie doznań i aktów rozumowych. Wartościowanie na podstawie doznań charakteryzuje się subiektywnym wyrazem stosunku człowieka do wartoś-

ciowanego przedmiotu. Ocena powstaje w wyniku ustalenia, iż dany przedmiot jest wartościowy, ponieważ odpowiada subiektywnym preferencjom, gustom i interesom, przejawiającym się w psychofizycznych doznaniach, uznawanych za korzystne dla danego człowieka [Klimczak, 2014]. W związku z tym, każdy człowiek może inaczej odczuwać i określać swoje pragnienia, aspiracje i interesy. To prowadzi do pewnych trudności we wskazaniu wspólnych dla wszystkich ludzi zasad wartościowania. Wartościowanie za pomocą aktów rozumowych polega na poszukiwaniu i odkrywaniu, czym są wartości jako obiektywne niematerialne byty. Wartości nie są wówczas tożsame z przedmiotem wartościowania i z przeżywaniem stosunku do przedmiotu. Możliwe jest wówczas poszukiwanie uniwersalnych kryteriów ocen i w szerszej perspektywie – sensu życia.

Według D. Hume'a, wartość nadają przedmiotom ludzkie pragnienia, chęci i preferencje. Są one rzeczywiste ze względu na indywidualne, subiektywne doznania i przeżycia, które kierują człowieka do wyboru takich, a nie innych przedmiotów. Gusty, za pośrednictwem wyborów wskazują, jakie są ludzkie, różnorodne kryteria wszystkich wartości: estetycznych, moralnych i rozsądkowych. Model gustu dotyczy więc nie tylko wyborów konsumpcyjnych, pracowniczych czy inwestorskich, ale również wyborów badaczy rzeczywistości gospodarczej.

Wartościowanie można rozważać od strony:

- transakcyjnej, finansowej – wartość gotówkowa,
- naukowej i naukowca – obiektywna ocena stanu, wskazanie, jakimi środkami osiągnąć cele, wskazanie, jakie cele są jeszcze możliwe do osiągnięcia,
- przedsiębiorstwa – ocena efektywności, analiza pozycji rynkowej, wartościowanie stanowisk, ocena kapitału intelektualnego,

- pracownika – system wartości podmiotu jest zbieżny z wewnętrznym systemem wartości,
- społecznej i środowiskowej – czy podmiot jest odpowiedzialny i zrównoważony, czy szanuje środowisko,
- akcjonariuszy – ocena wzrostów wartości dla akcjonariatu i ocena ekonomicznej wartości dodanej,
- klientów – jakość dla klienta,
- kontrahentów, wierzycieli – ocena zadłużenia, płynności.

M. Weber postulował o naukę wolną od wartościowania – *Wertfreiheit* – dlatego podkreślał, że uczonej może wskazać praktykowi:

- czy cele, które ten zamierza osiągnąć, są w ogóle możliwe do osiągnięcia w danych warunkach, czy da się je osiągnąć przy pomocy danych środków
- środki alternatywne
- może uświadomić chcącemu człowiekowi, do jakich jeszcze skutków doprowadzi zastosowanie proponowanych środków, a zatem także dokonać bilansu zamierzonych pozytywnych skutków i niezamierzonych strat wynikłych z podjęcia działania albo z jego zaniechania
- uczonej może praktykowi uświadomić znaczenie jego celów.

Tak więc, nauka empiryczna nikogo nie może pouczyć co powinien, lecz tylko co może i czego chce. Jednak sama nauka opiera się na pewnych wartościach (poznanie i rozumienie rzeczywistości, obiektywizm itd.). M. Weber nie wykluczał udziału nauki w procesie wartościowania. Sama nauka nie może dokonać za ludzi wyboru ostatecznych wartości i kryteriów, przy pomocy których wartościowanie ma się dokonać, ale gdy ta fundamentalna decyzja zapadnie, w zasadzie wszystko, aż do podjęcia działania, poddaje się naukowej krytyce.

Zgodnie z koncepcją K. Poppera [1992] przedmiotem wartościowania są

składniki świata realnego. Według K. Poppera istnieją trzy światy: świat natury i przedmiotów fizycznych, świat stanów psychicznych, świat treści myślowych i wytworów ludzkiego ducha.

Grupę pierwszą można uznać za wartościowe poprzez ich realność, poprzez doznania, przeżycia i inne stany psychofizyczne wywołane przez przedmiot wartościowania, poprzez poznanie, co jest wartościowe. Gospodarowanie jest działalnością celową. Człowiek gospodarujący podejmuje różne decyzje, które wymagają wartościowania. Produkty działalności gospodarczej należą do świata realnego, związane z nimi przeżycia do świata stanów psychicznych, zaś procesy poznawania do świata treści myślowych i wytworów ludzkiego ducha [Popper, 1992].

Tak więc, człowiek gospodarujący i racjonalny, odczuwający i wartościujący, wybiera to co uznaje za słuszne. Wybiera cele, które niekonieczne są długoterminowe i dobre dla samego przedsiębiorstwa i jego otoczenia.

Pytaniem pozostaje wystarczalność teorii Poppera – czy to, co nie istnieje jest wytworem ducha lub stanów psychicznych, czy jednak istnieją wartości obiektywne. Misja i wartości stanowią jedną całość, na której opiera się kultura organizacyjna przedsiębiorstwa. Jeżeli misja wyznacza kierunek działania, to wartości należy uznać za wskazówki w procesie podejmowania decyzji dotyczących najbardziej odpowiedniego sposobu postępowania w konkretnej sytuacji. Wartości wskazują, jak należy realizować misję [Freeman, 2010, Cardona, Rey, 2009].

Poszukiwanie wartości leży u podstaw koncepcji VBM. Ważne jest efektywne gospodarowanie zasobami przedsiębiorstwa w każdym aspekcie jego działalności. Kreacja wartości (w wieloletniej perspektywie) jest w tej koncepcji nadrzędnym celem finansowym i strategicznym firmy. Temu podstawowemu dążeniu podporządkowane są pozostałe cele. Wartościo-

wanie odnosi się w niej do wyboru wartości, a także do oceny wzrostu wartości przedsiębiorstwa dla właścicieli, pracowników, klientów, społeczeństwa. Wzrost wartości dla interesariuszy powinien wiązać się z odpowiedzialnością społeczną biznesu i zrównoważonym rozwojem.

Systemy wartości przedsiębiorstwa to „pewne ramy”, które kształtują zachowania jednostek, organizacji i społeczeństwa. Dla samego pracownika, system wartości przedsiębiorstwa powiązany z procesem pracy, zaspokaja potrzebę własnej godności. W ten sposób w zespołach powstaje samokontrola osobista. Dzięki temu podnosi się jakość pracy, zwiększa się także identyfikacja i lojalność pracowników.

Według P. Cardony i C. Reya [2009], kluczowe są cztery zrównoważone kategorie wartości:

- biznesowe – związane z działalnością biznesową i osiąganiem zysku, np. wytrwałość, skuteczność, profesjonalizm, zorientowanie na wyniki;
- racjonalne – związane z jakością w relacjach interpersonalnych, np. komunikacja, praca zespołowa, szacunek dla ludzi;
- rozwojowe – innowacyjność, kreatywność, uczenie się czy nieustanne doskonalenie;
- związane z wkładem na rzecz innych – działania związane z koncepcją społecznej odpowiedzialności biznesu.

Na etapie budowania strategii należy uwzględnić interesy społeczne i ochronę środowiska, a także relacje z różnymi interesariuszami. Bycie odpowiedzialnym oznacza zwiększone inwestycje w zasoby ludzkie, w ochronę środowiska i relacje z interesariuszami, którzy mogą mieć faktyczny wpływ na efektywność działalności gospodarczej tych organizacji oraz ich innowacyjność. Wydatki tego rodzaju należy traktować jako inwestycję i źródło innowacji, a nie jako koszt, podobnie jak w przypadku zarządzania jakością.

Natomiast przez minimalizowanie swojego negatywnego oddziaływania na otoczenie zewnętrzne, przedsiębiorstwo realizuje koncepcję zrównoważonego rozwoju. Idea Zrównoważonego Rozwoju została zawarta w raporcie WCED *Nasza Wspólna Przyszłość* (1987 r.): *Na obecnym poziomie cywilizacyjnym możliwy jest rozwój zrównoważony, to jest taki rozwój, w którym potrzeby obecnego pokolenia mogą być zaspokojone bez umniejszania szans przyszłych pokoleń na ich zaspokojenie.* Model takiej gospodarki zakłada odpowiednio i świadomie ukształtowane relacje pomiędzy wzrostem gospodarczym, dbałością o środowisko oraz jakością życia. Doktryna zrównoważonego rozwoju dąży do sprawiedliwości społecznej poprzez m.in. ekonomiczną i środowiskową efektywność przedsięwzięć, zapewnioną m.in. przez ścisły rachunek kosztów produkcji, rozciągający się również w bardzo złożony sposób na zasoby zewnętrzne.

Zrównoważony rozwój odnosi się również do systemów na poziomie państw, wspólnot międzynarodowych, gospodarek. Zakłada wprowadzanie innowacji w celu zwiększenia efektywności wykorzystywanych zasobów. Zrównoważony rozwój został określony, jako jeden z trzech głównych priorytetów programu Europa 2020.

Zarządzanie przez wartość musi opierać się zatem na trzech osiach wartości:

- wartości ekonomiczno-pragmatyczne – są konieczne do utrzymania i łączenia różnych podsystemów organizacyjnych, odnoszą się one do: wydajności, standardów działania i dyscypliny, mają wpływ na działania, takie jak planowanie, gwarantowanie jakości i księgowość;
- wartości etyczne-społeczne – wpływają na poprawne relacje oraz na szczerść, szacunek, prawość i lojalność,
- wartości emocjonalno-rozwojowe – są podstawą dla stworzenia nowych okazji do działania, związane są z:

wolnością, szczęściem i zaufaniem, to pozwala na kreatywność, tworzenie pojęć, życie, samoświadomość, pewność siebie, poczucie wpływu, zdolności adaptacyjne, elastyczność [Dolan i in., 2008].

Współcześnie zaufanie, bardziej niż kontrola, staje się coraz ważniejszą wartością w miejscu pracy. Wartości w szerokim rozumieniu stały się źródłem przewagi konkurencyjnej, zaś etyka atutem przedsiębiorstw.

Dzisiaj należy, tak jak wskazuje A. Herman [2015], dostrzec te zmiany, trzeba uwzględnić zmiany, a modele należy tworzyć indywidualnie z uwzględnieniem specyfiki i zmienności.

Nurty filozoficzne i poszukiwanie wartości

W tablicy 1 zaprezentowano zmiany w myśli filozoficzno-ekonomicznej na przestrzeni wieków.

Niestety, propagowany z rozmachem neoliberalizm niesie wiele zagrożeń, m.in. zawęża rzeczywistość. Wartości, które nie znajdują się w orbicie możliwości osiągnięcia zysku, nie mają znaczenia, racji bytu. P. Treanor zaznaczył, że neoliberalizm jest filozofią, w której istnienie i funkcjonowanie rynku jest cenione samo w sobie. Wszelkie prawa człowieka mogą być sprowadzone do prawa własności. Człowiek ma też siebie samego, jest to tzw. samoposiadanie [za: Potulicka, 2014]. To sankcjonuje zachowania niegodne, nieuczciwe.

Wiele z tych nurtów cechuje pragmatyzm. Prowadzi on do tego, że dokonując wyborów nie widzi się potrzeby odwołania do refleksji teoretycznej, ani do ocen opartych na zasadach etycznych. Pragmatyzm, jak zauważa Jan Paweł II w encyklice *Fides Et Ratio*, ma doniosłe konsekwencje praktyczne. W szczególności doprowadził do ukształtowania się pewnej koncepcji demokracji, w której nie

ma miejsca na jakiegokolwiek odniesienie do zasad o charakterze aksjologicznym. Najważniejsze wybory moralne człowieka zostają w rzeczywistości uzależnione od decyzji podejmowanych doraźnie przez organy instytucjonalne. Więcej, nawet sama antropologia jest w dużej mierze uwarunkowana przez jednowymiarową wizję człowieka, w której nie mieszczą się ani wielkie dylematy etyczne, ani też refleksja egzystencjalna nad sensem cierpienia i ofiary, życia i śmierci.

Jak można zauważyć w tablicy 1, nurty filozoficzne traciły wrażliwość na zagadnienia bytu. Częsta wizja nihilistyczna, która przebija się od modernizmu i przenika nurty, odrzuca wszelkie fundamenty i neguje wszelką prawdę obiektywną.

Wartości a obiekt wartościujący

Człowiek (jak twierdzą psychologowie i jak respektuje ekonomia behawioralna) jest istotą funkcjonującą na czterech poziomach – fizycznym, emocjonalnym, intelektualnym i duchowym. Poza tym, działa w określonej społeczności, środowisku kulturowym, religijnym i przyrodniczo-geograficznym oraz gospodarczym. Religijność wynika nie tylko z przyjęcia wierzeń, ale również z ich odrzucenia [Grudzewski, Hejduk, 2008]. Fizyczny wymiar człowieka pretenduje do szukania wartości i porównań w świecie zwierząt. Wymiar emocjonalny nakłania do poszukiwań nurtu behawioralnego. Wymiar intelektualny pozwala odnieść się do rozwoju jednostki i jej odczuć, a wymiar duchowy oznacza poszukiwanie wartości, które dają poczucie spełnienia jednostki, w zgodzie z jej sumieniem.

Z. Hajduk [2008] zaznacza, że są dwie naczelne wartości w perspektywie poznania – to prawdziwość i użyteczność. Ocena człowieka dokonywana jest ze względu na prawdziwość lub użyteczność. Inne wartości są im podporządkowane. Empirycznym wskaźnikiem prawdy jest konfirmacja, a użyteczności efektywność.

Tablica 1 Charakterystyka wybranych nurtów filozoficznych

Nurty	Charakterystyki	Wartości
Starożytna myśl ekonomiczna	Wolność i indywidualizm – liberalizm gospodarczy. Podział pracy w sensie technicznym. Dzięki specjalizacji wytwarza się jakościowo coraz lepsze dobra. Koniecznym jest kształcenie i wychowywanie dobrych zarządców. Koncepcja idealnego państwa, którego podstawy opierają się na sprawiedliwości, społecznym podziale pracy i potrzebach społecznych. Pieniądz sam w sobie nie ma żadnej wartości i nie może być środkiem bogacenia się. Każda rzecz może być użyta w dwojaki sposób; do zaspokojenia potrzeb i do wymiany.	Najważniejsze jest dobro człowieka wyrażające się w szczęściu, a dobra materialne i ekonomiczne są tylko środkiem do realizacji tego szczęścia.
Myśl chrześcijańska	Potępiano lichwę. Własność gminna pierwszych chrześcijan oparta na idei komunizmu spożywczego, nie odpowiada potrzebom rozwoju produkcji towarowo-pieniężnej. Praca fizyczna ponad pracę umysłową i handel, praca staje się nakazem boskim. Podniesienie rangi pracy fizycznej traktowanej dotąd, jako niegodną ludzi szlachetnych.	Równość ludzi. Wartość ubóstwa. Wzrost znaczenia wartości pracy fizycznej.
Merkantylizm	Źródłem bogactwa pochodzącego z zagranicy jest rozwinięty eksport przewyższający import (dodatni bilans handlowy). Dobrobyt i siła są ze sobą ściśle połączone. Kruszec złoty i srebrny jest synonimem bogactwa, pewne aktywności ekonomiczne są bardziej istotne od innych.	Posiadanie metali szlachetnych równa się bogactwu i to ma wartość.
Fizjokratyzm	Ziemia to jedyne źródło bogactwa, rolnictwo wykazuje zdolność do jego pomnażania. Koncepcja ograniczonej roli państwa. Wspieranie rozwoju oświaty oraz organizowanie robót publicznych. Pełna swoboda działalności gospodarczej,	Koncepcja dochodu czystego.
Ekonomia klasyczna	<i>Homo oeconomicus</i> . Niewidzialna ręka rynku zapewnia harmonię interesu osobistego ze społecznym. Minimalna ingerencja państwa w procesy. Prawo J.B. Saja – produkcja tworzy możliwość zbytu, nie daje podstaw do pojawienia się trwałych stanów nierównowagi. Podażowy model gospodarki rynkowej.	Wartość tworzona w procesie produkcji przez pracę, kapitał oraz ziemię.
Ekonomia głównego nurtu	Optymalizacja działalności gospodarczej – koncepcja równowagi ogólnej, wszystkie podmioty gospodarcze zachowują się w sposób umotywowany, a więc celowy. Podażowy model gospodarki rynkowej – poziom oraz rozwój gospodarki związane są ściśle z czynnikami podażowymi: zasobem pracy, kapitału i ziemi. Istnieje konkurencja doskonała.	Subiektywizm – wartość zależy od subiektywnej oceny jednostki.
Myśl heterodoksyjna	Stosuje się opisową i historyczną metodę badawczą, analizuje się zjawiska gospodarcze w wielu aspektach (społecznych, politycznych, psychologicznych, historycznych itp.). Stosują ewolucyjne podejście do gospodarki. Odrzuca koncepcję <i>homo oeconomicus</i> .	Szeroki ogląd tego, co jest – i jest wartością.
Neoliberalizm Szkoła chicagowska oraz monetarizm	Potrzeba ograniczenia roli sektora publicznego, konieczność zwiększenia swobody działalności gospodarczej oraz ograniczenia roli związków zawodowych, które swymi postulatami płacowymi wpływają na powiększanie się skali bezrobocia. Pracownicy są instrumentem gromadzenia kapitału. Dobre życie oznacza dla konsumenta poszukiwanie przyjemności. Sztuka życia z kolei, to umiejętność wyszukiwania odpowiednich dóbr i wchodzenia w ich posiadanie.	„Cnotą” jest egoizm i wydajność, F. Hayek – wartość człowieka zależy od przekształcania jego zdolności w usługi użyteczne dla innych ludzi.

Źródło: opracowanie własne na podstawie literatury przedmiotu.

W związku ze zmianami, jakie miały miejsce na przestrzeni wieków, należy również zaobserwować transfigurację (ewolucję) człowieka – wartościującego (tablica 2).

Zakończenie

Człowiek społeczny żyjący w rzeczywistości cyfrowej – *homo socio-digital* (tablica 2) – wykorzystuje nowe technologie informacyjne i komunikacyjne, aby zaspokajać swoje potrzeby i rozwijać relacje. Człowiek

rzeczywistości cyfrowej jest kreatywny. Nie istnieje dla niego czas i przestrzeń, w aspekcie komunikacji i wymiany informacji. Nowa era poszukiwań i dociekań naukowców, w tym filozofów, zapoczątkowała odnowę wglądu w człowieka i wglądu w rzeczywistość. Ta rzeczywistość niepostrzeżenie wymknęła się, bezlitośnie pędząc ku przyszłości, budzi zdumienie jednych i niedowierzanie innych.

A. Herman zauważał, że coraz wyraźniej widać potrzebę zmiany neoliberalnej

Tablica 2 **Transfiguracja podmiotu wartościującego**

Nazwa	Charakterystyka człowieka	Przedstawiciel
Animal sociale	człowiek – zwierzę społeczne	Arystoteles
Człowiek egoista	człowiek gospodarujący	A. Smith
Człowiek areligijny	racjonalny, żyjący w chaosie	F. Nietzsche
Homo religiosus	samoświadome centrum aktów duchowych	M. Scheler
Homo oeconomicus	racjonalny, dążący do maksymalizacji zysków	S. Mill
Homo satisfaciendus	dokonujący wyborów na zasadzie ograniczonej racjonalności, który w sposób zadawalający zaspokoja swoje potrzeby	H.A. Simon
Homo sociologicus	zachowanie ograniczone jest strukturą społeczną z określonymi wartościami, wzorcami i rolami	P. Chmielewski
Homo socio-oeconomicus	człowieka społeczno-ekonomiczny	E.J. O'Boyle
Homo socio-digital	człowiek rzeczywistości cyfrowej z relacjami społecznymi wykorzystujący danetyzację	J. Ryfkin A. Herman J. Hausner

Źródło: opracowanie własne.

doktryny i wynikającego z niej głównego nurtu ekonomicznego. *Wątpliwość budzi jej podstawowy aksjomat, zgodnie z którym tylko mechanizmy rynkowe mogą być prawidłowym i jedynym rozstrzygającym kryterium wyboru obowiązujących wartości ekonomicznych, społecznych i ekologicznych* [Herman, 2015, s. 23]. Podkreśla również, że dominująca logika użyteczności starała się wykreować jednostki racjonalne, konkurujące wszędzie o jak największe zyski. To była i jest największa słabość tej logiki.

Przy pomocy aksjologii podejmuje się próby uzyskania obrazu adekwatnego do rzeczywistości – obrazu (doświadczenia) zmieniającego się świata, w którym powinny być ukazane główne tendencje rozwojowe [Herman, 2015, s. 27]. Z tego względu wydaje się koniecznym ciągle pytanie o kierunek rozwoju i możliwości „uchwycenia” tego rozwoju w modelach. Wydaje się tu stosowne postawić pytanie o miary wartości tego rozwoju z uwzględnieniem całej złożoności struktur przedsiębiorstwa „ciągle żywego”. Pytaniem pozostaje również, czy aksjologiczne poszukiwania wartości najwyższych, motywujących do działań twórczych, jest zadaniem naukowców? Czy to poszukiwanie winno nosić znamiona tylko rozpoznania rzeczywistości, która jakoby sama wyznacza te wartości? Czy naukowcy mogą, niejako, kreować rzeczywistość przez wskazanie kierunku?

Aksjologia jako nauka o wartościach ma obecnie szczególną rolę do spełnienia. Rzeczywistość dzisiaj rozgrywa się równolegle w przestrzeni cyfrowej, która jest niedookreślona, pełna możliwości i nowych wartości. Człowiek w tej przestrzeni to człowiek społeczny, poszukujący, kreatywny, poruszający się biegle w rozrzedzonej rzeczywistości. Pozwala mu to oszczędzać energię, czas i podwyższać swoją efektywność. Jednak człowiek nowych przestrzeni traci swoją anonimowość i wolność a w zamian zyskuje dostępność, mobilność, wszechobecność i wiedzę o wszystkim.

Patrząc na przeszłość, to aksjologia czasów minionych dyktowała nurty i paradygmaty. Niestety, nie wszystkie wartości pretendowały do rozważań socjologicznych, filozoficznych i ekonomicznych. Wprowadzono ograniczenia związane z użytecznością, racjonalnością lub zyskowością. Dzisiaj widać, że zawężenie aksjologii doprowadziło do stworzenia błędnego paradygmatu neoliberalnego. W nowej ekonomii to wartości *digital* wyznaczają nowy kierunek, w którym równoległe światy (*real* i *digital*) przenikają się i pędzą w kierunku rozwoju nowych technologii opartych na wiedzy. Dziś *Big Data* jest wartością. To wiedza o ludziach i ich potrzebach jest nowym wyznacznikiem w ustaleniu nowego paradygmatu.

Wydaje się koniecznym, by poszukiwania kierunku i próby określania para-

dygmatu weszły w orbitę wartości cyfrowych i społecznych z jednej strony oraz z drugiej strony nosiły cechy: refleksji teoretycznej, rozważań egzystencjalnych, wrażliwości na zagrożenie bytu i poszukiwań prawdy obiektywnej.

Bibliografia:

1. Bacior M. [2015], *Kreowanie wartości firmy jako cel zarządzania współczesnym przedsiębiorstwem*, Warszawa, CedeWu.
2. Bartkowiak R. [2010], *Paradygmat ekonomii. Od Kartezjusza do Darwina, czyli od ekonomii klasycznej do ewolucyjnej teorii ekonomicznej i ekonomii rozwoju*, w: *Nauki ekonomiczne w świetle nowych wyzwań gospodarczych*, R. Bartkowiak, J. Ostaszewski (red.), Warszawa, Oficyna Wydawnicza SGH.
3. Bartkowiak R., Ostaszewski J. (red.) [2010], *Nauki ekonomiczne w świetle nowych wyzwań gospodarczych*, Warszawa, Oficyna Wydawnicza SGH.
4. Blanchard K., O'Connor M. [1998], *Zarządzanie poprzez wartości*, Warszawa, Wydawnictwo Studio EMKA.
5. Cardona P., Rey C. [2009], *Zarządzanie poprzez misję*, Kraków, Oficyna Wolters Kluwer.
6. Dolan S.L., Richley B.A., Garcia S., Lingwam T. [2008], *Zarządzanie przez wartości*, „CEO Magazyn Top Menedżerów”, wrzesień.
7. Encykliki Jana Pawła II: *Evangelium Vitae* (1995), *Fides et ratio* (1998), *Laborem Exercens* (1981), *Redemptor Hominis* (1979), *Veritatis Splendor* (1993).
8. Freeman E. [2010], *Managing for Stakeholders: Trade-offs or Value Creation*, „Journal of Business Ethics”, Vol. 96.
9. Gilson E. [1960], *Tomizm. Wprowadzenie do filozofii św. Tomasza z Akwinu*, tłum. z fr. J. Rybałt, Warszawa.
10. Gadacz T. [2009], *Filozofia życia. Pragmatyzm*, w: *Historia filozofii XX wieku*, Nurty, t. 1, Kraków, Wydawnictwo Znak.
11. Grudzewski W., Hejduk I. (red.) [2008], *W poszukiwaniu nowych paradygmatów zarządzania*, Warszawa, Oficyna Wydawnicza SGH.
12. Hajduk Z. [2008], *Nauka a wartości. Aksjologia nauki*, Lublin, Wydawnictwo TN KUL.
13. Herman A. [2015], *Aksjologiczne aspekty teorii i praktyki zarządzania wartością*, „Kwartalnik Nauk o Przedsiębiorstwie”, nr 2.
14. Klimczak B. [2014], *Aksjologiczne uwikłanie ekonomii*, *Annales. Etyka w życiu gospodarczym*, vol. 17, nr 1, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
15. Mazurska M. [2014], *Paradygmat homo oeconomicus a rachunkowość behawioralna*, *Studia Oeconomica Posnaniensia*, Vol. 2, No. 4 (265).
16. Moszoro B. [2012], *Znaczenie misji przedsiębiorstwa i jej wpływ na kompetencje przywódcze*, „Management and Business Administration. Central Europe”, nr 1, Akademia Leona Koźmińskiego w Warszawie.
17. Panfil M., Szablewski A. (red.) [2011], *Wycena przedsiębiorstwa – od teorii do praktyki*, Warszawa, Poltex.
18. Popper K.R. [1992], *Wiedza obiektywna*, PWN, Warszawa.
19. Potulicka E. [2014], *Neoliberalne reformy edukacji w Stanach Zjednoczonych*, Kraków, Impuls.
20. Rogoziński K. [2012], *Zarządzanie wartością z klientem*, Warszawa, Wydawnictwo WK.
21. Scheler M. [1987], *Pisma z antropologii filozoficznej i teorii wiedzy*, Warszawa, PWN.
22. Sokół A. [2015], *Zarządzanie twórczością w organizacji. Koncepcje, metody, narzędzi*, Warszawa, CeDeWu.Pl.
23. Stankiewicz W. [1987], *Historia myśli ekonomicznej*, Warszawa, PWE.
24. Tatarkiewicz W. [1997], *Historia filozofii*, T. 3, *Filozofia XIX wieku i współczesna*, Warszawa, PWN.
25. Wojcieszka L. [2015], *Współczesne koncepcje homo socio-oeconomicus*, http://www.ue.katowice.pl/uploads/media/23_L_Wojcieszka_Wspolczesna_koncepcja....pdf, dostęp 30/11/2015.
26. Wojtyła K. [1986], *Człowiek i moralność*, T. 3. Wykłady Lubelskie, Lublin.
27. Wojtyła K. [1994], *Transcendencja osoby w czynie*, w: *Człowiek i moralność*, T.4. *Osoba i czyn oraz inne studia antropologiczne*.
28. Woźniak M.G. [2006], *Aksjologiczny dramat globalizacji i liberalizmu ekonomicznego*, w: *Regulacyjna rola państwa we współczesnej gospodarce*, D. Kopycińska (red.), Szczecin, Uniwersytet Szczeciński, 2006.

Dr **Jolanta Żukowska**, Instytut Zarządzania Wartością, Kolegium Nauk o Przedsiębiorstwie, Szkoła Główna Handlowa w Warszawie.