

Dorota Konopka*

Glokalizacja zaufania publicznego w koncepcji zarządzania wartością

Wstęp

Coraz częstsze zjawiska kryzysowe oraz związane z nimi nowe, wielorakie obszary niepewności i ryzyka sprawiły, iż problematyka zarządzania wartością przedsiębiorstwa wymaga poszerzenia zainteresowania teoretycznego jak i praktycznego na inne rodzaje organizacji, wykraczające poza tylko te stricte biznesowe. Wkracza ono obecnie w obszar instytucji i regulacji okołobiznesowych, w szczególności związanych z politykami publicznymi.

Celem artykułu jest próba uzasadnienia powiązań w sferze poszukiwań teoretycznych pomiędzy zarządzaniem wartością ekonomiczną a zarządzaniem przez wartości a glokalizacją zaufania publicznego, które są niezwykle istotne z punktu widzenia współczesnych zmian cywilizacyjnych. Rezultatem tych zmian może być powrót do rozważań na temat poznawczych fundamentów i nowych możliwości praktycznych zastosowań podstawowego pojęcia dla nauk społecznych i humanistycznych, jakim jest wartość. Odnosi się to zarówno do biznesu, jak i sfery publicznej. Punktem wyjścia do racjonalnego wykorzystania tego stanu rzeczy staje się więc umiejętne połączenie w teorii i praktyce sfery zarządzania wartością ekonomiczną ze sferą glokalizacji zaufania publicznego.

W artykule prezentowane są wyniki badań statutowych „Zarządzanie respektujące wartości w koncepcji rozwoju integralnego/humanistycznego” (Syg. Nr KNOP/S16/02/16) realizowanych przez Kolegium Nauk o Przedsiębiorstwie Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie pod kierownictwem: prof. Andrzeja Hermana, w tym tekst: D. Konopka, *Znaczenie glokalizacji zaufania publicznego w procesach zarządzania wartością*. W artykule zostały również wykorzystane fragmenty wcześniej prezentowanych moich rozważań badawczych [Konopka, 2015; Herman, Konopka, 2016].

1. Teoria i praktyka zarządzania wartością ekonomiczną

Argumentem zdecydowanie najważniejszym dla uczynienia teorii i praktyki zarządzania wartością ekonomiczną bardziej kompletną

* Dr, Katedra Polityki Publicznej, Kolegium Ekonomiczno-Społeczne, Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, ul. Wiśniowa 41, 02-520 Warszawa, dkonop@sgh.waw.pl

i społecznie odpowiedzialną staje się obecnie jej niewystarczający związek z realiami życia społeczno-gospodarczego. Przyczynia się do tego wyraźnie słabnąca podstawowa więź, jaka jest pomiędzy teorią ekonomii, finansów i zarządzania, które dążą do coraz większej autonomii. Równocześnie właśnie w obrębie tej pogłębiającej się luki w teorii zarządzania wartością ekonomiczną między wymienionymi dyscyplinami ekonomicznymi trzeba upatrywać głównych przyczyn kryzysów w gospodarce światowej i postępującej w tej sferze finansjeryzacji. Jak twierdzi A. Herman, powodem jest przyjęcie fałszywych założeń odnośnie do źródeł kreowania wartości ekonomicznej. U podstaw tych zjawisk znajdują się bowiem próby wprowadzenia do tej teorii innych, niż opartych na wartości, nowych kryteriów uzasadnienia podziału wytwarzanej wartości dodatkowej. Kryteria te nie tylko nie zmieniają sposobu funkcjonowania głównego mechanizmu rozwojowego gospodarki rynkowej, lecz wręcz go zaciemniają [Herman, Konopka, 2016, s. 85–94].

W centrum zainteresowania ekonomistów głównego nurtu, a w szczególności jego neoliberalnych przedstawicieli, stało się przedsiębiorstwo. Z ich pola zainteresowania zaczęły szybko znikać rozważania dotyczące rzeczywistych źródeł globalnych procesów akumulacji i reprodukcji kapitału oraz coraz liczniej pojawiających się w ich obrębie różnego rodzaju dysfunkcji i sprzeczności. W ten sposób perspektywa analizy akumulacji i reprodukcji kapitału została prawie całkowicie przeniesiona na szczebel mikroekonomiczny, gdzie w obrębie rosnącej konkurencyjności między kapitałami prywatnymi poszukuje się źródeł oraz możliwości maksymalizacji ich rentowności.

Teoria zarządzania wartością przedsiębiorstwa w jej tradycyjnej postaci jest intensywnie rozwijana od ponad 30 lat jako wyodrębniony nurt badawczy. W Polsce ten kierunek zarządzania jako kierunek badawczy oraz jako metoda zarządzania są obecne od niespełna 20 lat [Herman, Szablewski, 1999]. Podejmowane próby wdrażania ich do praktyki mają jeszcze krótszy rodowód i w zdecydowanej większości przypadków termin ten jest nadużywany w różnych kontekstach. Odkrywanie odpowiedzi na pytanie, dlaczego tak się dzieje ma szczególne znaczenie w sytuacji, kiedy teoria zarządzania wartością ekonomiczną staje się współcześnie pozytywnym integratorem nie tylko różnych dyscyplin ekonomicznych, ale również w znaczącym stopniu może spełniać taką funkcję w obrębie nauk społecznych. Obecnie jest znacznie łatwiej niż w latach wcześniejszych dostrzec brakujące elementy tej teorii. Dodatkowo do takiej refleksji skłaniają coraz częstsze zjawiska kryzysowe oraz związane z nimi nowe obszary niepewności i gwałtownie narastającego różnego rodzaju ryzyka.

2. Społeczne i kulturowe uwarunkowania wartości biznesowych

Coraz częściej już nie tylko ekonomiści podkreślają, że niezbędne jest szersze i długookresowe spojrzenie na tworzenie trwałych wartości biznesowych oraz uwzględnianie społecznych i kulturowych uwarunkowań jej wytwarzania. Wskazuje się tu na znaczenie kapitału jako energii fizyki społecznej, kapitału kulturowego i kreatywności kulturowej, a także kapitału społecznego. Określona przez P. Bourdieu metafora kapitału – energia fizyki społecznej – przywołuje podstawowe spójności społeczne: więzi, sieci społeczne, normy współdziałania i wzory zachowań. Kapitał społeczny określił on jako „sumę zasobów, aktualnych i potencjalnych, które należą się jednostce lub grupie z tytułu posiadania trwałej, mniej lub bardziej zinstytucjonalizowanej sieci relacji, znajomości, uznania wzajemnego. To znaczy jest sumą kapitałów i władzy, które sieć taka może zmobilizować”, [Bourdieu, Wacquant, 2001, s. 105].

Kapitał społeczny tkwi przede wszystkim w charakterze i zasięgu zaangażowania osób w nieformalne sieci i formalne organizacje, gdzie szczególnie podkreślony jest jego normatywny wymiar oraz autoteliczna wartość relacji międzyludzkich [Putnam, 1995]. Nawiązuje tym samym do koncepcji dobra wspólnego czy rozważań nad ładem społecznym [Theis, 2004, s. 12]. A co jest najważniejsze, że dysponentem kapitału społecznego w tym ujęciu jest społeczność, najczęściej lokalna.

Poddawane jest również analizie znaczenie związków między wdrażanymi modelami prowadzenia działalności gospodarczej a etyką w biznesie i związaną z nią społeczną odpowiedzialnością firmy oraz potrzebą zwiększenia humanistycznego charakteru procesów zarządzania [Herman, 2016]. Zwraca się coraz większą uwagę na znaczenie połączenia elementów „twardych” i „miękkich” w zarządzaniu – nie tylko w przedsiębiorstwie, ale także w innych organizacjach. Ranga etyki w życiu publicznym poprzez pryzmat uznawanych wartości oznacza szybko rosnące znaczenie praktyczne, ale także poszerzenie i wzbogacenie zakresu przedmiotowego jej zainteresowań poznawczych. W związku z tym w ich obręb coraz szerzej są włączane nie tylko same procesy realizacji wartości, ale również podmioty, które są ich twórcami i jednocześnie uczestnikami tych procesów.

Współcześnie wartości nie są tylko kategorią poznawczą. Co ważne i interesujące – funkcjonują również w sferze działań praktycznych sfery społeczno-gospodarczej w kontekście zachowań politycznych i ekonomicznych. Tym samym są one kategorią wyznaczającą strukturę rzeczywistości kulturowej, pomagając ją zrozumieć [Zachariasz, 1995, s. 101–121].

Wyodrębnienie ogólnej teorii wartości (nauki o wartościach) jako osobnej dziedziny filozofii – aksjologii (gr. *aksiós* – cenne, godne, *logos* – nauka; termin „aksjologia” użył jako pierwszy francuski filozof Paul Lapie w *Logique*

de la volonte w 1902 r.) zaproponowano na przełomie XIX i XX wieku, do czego przyczyniły się wystąpienia m.in. D. Huma, I. Kanta, R.H. Lotzego, F. Nietzschego. Jednak istotny wydaje się być kontekst narodzin aksjologii jako nowej dziedziny filozofii. Filozofowie i myśliciele tego okresu zaczęli sprzeciwiać się wszechogarniającemu scjentyzmowi próbującemu wyjaśniać życie ludzkie jedynie przez pryzmat przyrodoznawstwa. Ukazali świat człowieka jako przede wszystkim świat ducha, świat kultury, świat sensów i wartości [Koza-Granosz, 2011]. Wydaje się, że po dziesięciu dekadach od narodzin aksjologii jako nowej dziedziny filozofii ponownie analitycy społeczni i ekonomiczni zaczynają szukać (nowych-starych) wartości, które są fundamentem życia ludzkiego, życia społecznego, w tym także życia ekonomicznego. Widoczne jest to w próbie tworzenia podstaw nowego paradygmatu poznawczego we współczesnych naukach społecznych, wskazywaniu nowych dróg alternatywnego działania, przezwyciężaniu zastoju, wynikiem czego ma być trwały i odpowiedzialny rozwój społeczny.

W myśli socjologicznej od lat widoczne jest odchodzenie od organicystycznych, systemowych lub strukturalnych wizji społeczeństwa i zwrot ku „miękkim zmiennym”, ku wartościom, czyli ku kulturowym wymiarom rzeczywistości społecznej [Sztompka, 2007, s. 8]. Podobna zmiana paradygmatu widoczna jest we współczesnej ekonomii, gdzie ekonomia w rozumieniu nowego pragmatyzmu powinna być nauką głęboko zakorzenioną w aksjologii, wręcz winna być nauką humanistyczną i antropocentryczną [Bałtowski, 2016, s. 11].

Skrajne warunki i kryzysy najszybciej uwidaczniają najsłabsze elementy każdej teorii ekonomicznej. Z taką sytuacją mamy do czynienia właśnie obecnie, kiedy zjawiska kryzysowe stają się permanentną cechą współczesności. Wzrost niepewności i ryzyka ma negatywny wpływ na zaufanie jednostkowe i publiczne i jest związany z dużo większą niż dotychczas częstotliwością sytuacji kryzysowych. Zwykle najbardziej widoczne ich objawy są najszybciej dostrzegalne w sferze ekonomicznej, a obecnie głównie w finansowej. Jednak rzeczywiste ich źródła najczęściej znajdują się poza tymi sferami (kryzys z 2008 r. określany jest kryzysem wartości, kryzysem zaufania).

Współcześnie, jak celnie zauważa P. Sztompka, mamy do czynienia zarówno z większą rzeczywistą obecnością ryzyka, jak też z jego silniejszą niż kiedykolwiek percepcją. W wymiarze obiektywnym obserwujemy:

- uniwersalizację ryzyka (np. możliwość katastrof zagraża każdemu, bez względu na przynależność etniczną czy piastowane stanowisko),
- globalizację ryzyka (następuje ekspansja ryzyka na duże segmenty populacji ludzkiej),

- instytucjonalizację ryzyka (pojawienie się organizacji, w których ryzyko jest wpisane w funkcjonowanie, np. rynki finansowe, giełdy).

W wymiarze subiektywnym we współczesnym świecie istnieją elementy czyniące doświadczenie ryzyka wyraźniejszym. Rośnie wrażliwość na zagrożenia i niebezpieczeństwa, co wynika ze zmniejszenia się roli mechanizmów obronnych, wyższego poziomu wykształcenia i świadomości niedoskonałości wiedzy ekspertów i powtarzających błędów [Sztompka, 2010, s. 91].

Zaufanie w ogóle, a do biznesu i instytucji publicznych w szczególności, jest dlatego istotne, ponieważ spowodowane jest wszechobecnością w życiu współczesnego człowieka „abstrakcyjnych systemów”, których zasady działania nie są zazwyczaj zrozumiałe dla zwykłych ludzi, a które są niezbędne w ich życiu codziennym. Po raz pierwszy w 1979 r. N. Luhmann opublikował ważną analizę problemu zaufania, w której powiązał je z charakterystycznym dla współczesnego społeczeństwa wzrostem złożoności, niepewności i ryzyka [Luhmann, 1979]. Zaufanie jest społecznym stanem świadomości, oznaczającym redukcję niepewności, strachu, ryzyka [Domański, 2009, s. 143]. Nabiera ono szczególnego znaczenia wraz z rozwojem nowoczesnych form społecznych i staje się niezbędnym elementem kapitału społecznego w obecnej fazie współczesności. M. Deutsch zauważa, że zrozumienie związku między ryzykiem i zaufaniem ma podstawowe znaczenie w rozwiązywaniu problemów w trakcie rozwoju każdej organizacji. Ufanie innym jest zawsze w jakimś stopniu czymś ryzykownym. Tak więc przyjęcie, że zaufanie jest cennym narzędziem w celu zmniejszenia ryzyka staje się pierwszym krokiem w korzystaniu z tego ryzyka [Deutsch, 1956, s. 256–279].

Zaufanie społeczne jest kluczowym i najważniejszym elementem kapitału społecznego. Większość form społecznego kapitału, takich jak zaufanie, jest tym co A. Hirschman, ekonomista i filozof społeczny, nazywa zasobami moralnymi [Hirschman, 1988, s. 85] i rodzi się w zbiorowości jako oczekiwanie na temat regularnego, uczciwego i kooperującego zachowania innych członków wspólnoty, w oparciu o wspólnie uznane normy [Fukuyama, 1997, s. 26]. Zwłaszcza zaufanie społeczne pełni istotną rolę w funkcjonowaniu instytucji publicznych. Działalność instytucji publicznych opiera się przede wszystkim na niewypowiedzianej wprost umowie społecznej. Ludzie mają zaufanie do instytucji i ich przedstawicieli, którzy podejmują przewidywalne decyzje.

Obecny katastrofalny poziom nieufności społecznej w Polsce jest efektem ogromnych zmian społecznych i kulturowych, jakich polskie społeczeństwo doznało po roku 1989. Wyniki Europejskiego Sondażu Społecznego w latach 2002–2015 (runda 1–7) wskazują na dynamikę wskaźnika

zaufania personalnego w Polsce, która jednak nigdy nie przekroczyła 50% maksymalnej wartości skali i od roku 2010 wykazuje tendencję spadkową. [Rychard, 2016, s. 13]. Wyniki 7 rundy Europejskiego Sondażu Społecznego również wykazują, iż zmniejszyło się zaufanie do instytucji w Polsce, zwraca uwagę tendencja spadkowa po 2010 roku [Przeglądarka danych Europejskiego Sondażu Społecznego; Konopka, 2016, s. 103–119].

Bagaż doświadczeń z okresu realnego socjalizmu i kreowanego wizerunku *homo sovieticus* absolutnie nie przystaje do zasad wolnego rynku, wolnej polityki i pluralistycznej kultury. Szczególnie należy zwrócić uwagę na zachwiania stabilności, trwałości i jednolitego stosowania prawa, które zarówno w fazie legislacji, jak i jurysdykcji stają się niekiedy terenem dowolnych, politycznych manipulacji i bywa różnie interpretowane.

3. Istota lokalizacji zaufania publicznego w kreowaniu wartości ekonomicznej

Zmiany stosunków społecznych na globalnych, jak też i lokalnych poziomach prowadzą do szybkich, głębokich zmian strukturalnych oraz instytucjonalnych w całej gospodarce światowej. Nie wystarczy już więc na ten temat sam dyskurs ekonomiczny. Wymaga on tego, aby towarzyszył mu szeroki dyskurs społeczny, ekologiczny i kulturowy. Jego celem powinno stać się wspólne poszukiwanie podstawowych i powszechnie akceptowanych wartości, które umożliwią przezwycięzenie dotychczasowych braków obecnej, tak dalece niekompletnej globalizacji.

Do poszukiwań wspólnych wartości pomocna może stać się nowa kategoria socjoekonomiczna, którą określam globalizacją zaufania publicznego [Konopka, 2015]. Jest to próba lepszego definiowania problemów, które bardziej adekwatnie odzwierciedlają nowe uwarunkowania i konteksty, oraz próba efektywniejszego wdrażania teorii do praktyki. Ta nowa kategoria wprowadza w sferę zainteresowania teorii i praktyki zarządzania wartością przedsiębiorstwa procesy globalizacyjne w kontekście zaufania publicznego [Herman, Konopka, 2016, s. 87].

Kategoria globalizacji łączy w sobie przede wszystkim dwie zależności: „globalną produkcję idei, symboli i dóbr itp. z lokalnym charakterem kultur” [Pomieciński, 2009]. Życie społeczne i gospodarcze dzieje się w konkretnym czasie i w konkretnych lokalizacjach (przestrzeniach). Czas i przestrzeń są ich podstawowymi uwarunkowaniami [Harvey, 2016]. Zawsze wymagają one poszukiwania racjonalnego i rozumnego kompromisu między tym, co jest wyrazem procesów globalnych a ich umiejscowieniem i realizacją w lokalnym kontekście. Globalizacja realizuje się lokalnie i wpływa na lokalne kultury i odwrotnie [Robertson, 1992, s. 100]. W ten sposób w trakcie realizacji konkretnych procesów inwestycyjnych kontekst

lokalny przekłada się na kontekst aplikacyjny, co z kolei wpływa na kształt procesów zarządzania. Rzecz w tym, aby w ich rezultacie dochodziło nie tylko do realizacji oczekiwanej stopy zwrotu z zainwestowanego kapitału, ale także do uzyskania wymiernych, synergicznych efektów społecznych i ekologicznych.

Poprzez sferę globalizacyjnej inżynierii społecznej rozwój lokalnych rozwiązań instytucjonalnych i pobudzanie lokalnych procesów innowacyjnych staje się znacznie łatwiejszy i bardziej dostosowany do uwarunkowań miejscowych [Kuciński, 2010]. Globalizacja wiąże ze sobą kilka sfer aktywności ludzkiej: indywidualną, lokalną, narodową i światową, uzależniając uniwersalizm od partykularyzmu. Glokalizacja nie jawi się już jako rodzaj napięcia, ale coraz częściej jako symbioza pomiędzy lokalnym a globalnym, jako „globalna współzależność oraz wspólnotowe i narodowe instrumenty reakcji” [Antoszewski i inni, 2015, s. 27].

Za pośrednictwem tego terminu należy przyglądać się wszelkim globalnym trendom przez pryzmat lokalnych inicjatyw i wartości. Globalna scena powinna być postrzegana w kategoriach „macierzy możliwości”, która generuje bynajmniej nie jakąś jednolitą kulturę światową, ale daje do dyspozycji wiele odmiennych wyborów i kombinacji realizowanych strategii rozwojowych.

Inaczej mówiąc, zarządzanie wartością ekonomiczną widzianą poprzez pryzmat globalizacyjny i odpowiedzialności społecznej (glokalizacja zaufania publicznego) wymaga koncentracji na budowaniu wartości publicznej w ścisłym lokalnym kręgu zaufania na podstawie silnych i gęstych relacji w globalnej przestrzeni zależności [Konopka, 2015, s. 26]. Amerykański socjolog N.J. Smelser uważa, że „wartości określają w kategoriach ogólnych pożądane stany końcowe, które działają jako przewodniki dla ludzkiego wysiłku” [Smelser, 2005, s. 321, za Joubert, 2005]. W tym rozumieniu wartość publiczna obejmuje następujące rodzaje wartości:

- wartość społeczną i kulturalną biorącą udział w kreowaniu kapitału społecznego, spójności społecznej,
- wartość polityczną rodzącą się w zaangażowaniu społeczeństwa w życie publiczne,
- wartość ekonomiczną powstającą przez stymulowanie aktywności gospodarczej i zatrudnienia,
- wartość ekologiczną generowaną przez zrównoważony rozwój i redukcje zanieczyszczeń [Benington, 2013, s. 144].

Wartość publiczna jest tworzona przez wszystkich interesariuszy zbiorowych działających w lokalnym kręgu, który rozciąga się pomiędzy poziomem życia prywatnego (mikro) a poziomem makro (formalne instytucje państwa) w odniesieniu do globalnego poziomu mezzò. W tworzeniu

wyżej wymienionych wartości odnoszących się do dóbr publicznych niezbędne staje się kreowanie zarówno kapitału wiążącego (podstawa to zagęszczone zaufanie – *thick trust*), jak też kapitału łączącego (opartego na rozproszonym zaufaniu – *thin trust*) [Putnam, 2008, s. 230–231].

Celem strategicznym powinno stać się poszukiwanie podstawowych i powszechnie akceptowalnych wartości publicznych, które są wspólne dla wszystkich podmiotów społeczności lokalnej: obywateli, przedsiębiorstw, instytucji, organizacji i grup nieformalnych. Ma to być wynikiem wszystkich decyzji dotyczących alokacji zasobów (inwestycji) podjętych przez interesariuszy społeczności lokalnych w kontekście ujawniających się globalnych współzależności. Konstrukcją nośną tego modelu teoretycznego jest pojęcie „dobra publicznego” (*public good*), gdzie dobro publiczne definiowane jest jako „niewyłączność” [Kleer, 2015; Olson, 1965; Wilkin, 2008]. Oznacza to, że każdy członek grupy (społeczności), korzystając z tego dobra, nie odbiera go innym członkom grupy; traktując je jako „wspólny zasób” (*jointness of supply*) [Olson, 1965, s. 14].

Współczesny kontekst cywilizacyjny z pewnością nie sprzyja zaspokajaniu takich potrzeb, jak: potrzeba przynależności, doświadczenie wspólnoty i bliskości. Powszechną formą „uspołeczniania” w dzisiejszych czasach są bowiem wszelkiego rodzaju zależności, kontrakty, transakcje, związki o charakterze utowarowionym oraz monetarnym, które próbują ograniczyć różnego rodzaju ryzyka i które jednocześnie nie budują zaufania [Krajewski, 2014, s. 7–20]. Ponadto globalizacja zaufania publicznego jako nowa kategoria socjoekonomiczna stwarza możliwości budowy zaufania poprzez moce synergii (silne i gęste relacje), poczucie wspólnotowości. Jest to droga do wzmacniania kapitału społecznego i droga do wspólnotowości (w nowej odsłonie rozumienia *Gemeinschaft* versus *Gesellschaft* F. Toenniesa [Olechnicki, Załęcki, 1997, s. 69], czyli budowania wspólnoty stowarzyszeń lub stowarzyszenia wspólnot [Wnuk-Lipiński, 2008, s. 138] w globalnej rzeczywistości, zachowując swoistą tożsamość grupową. Koncentracja na budowaniu lokalnych sieci zaufania w nowym kontekście globalizacyjnym to jednocześnie poszukiwanie lokalnych form tożsamości wspólnoty, tak niezbędnej w turbulentnym świecie zmian.

Dzięki zjawiskom globalizacyjnym i istnieniu ich różnych kontekstów możliwe jest intensyfikowanie interakcji społecznych między ludzkimi wspólnotami a ich naturalnym otoczeniem oraz zachowanie spójności i wartości dodanej, którą jest własna tożsamość. Dzięki nim w przestrzeniach lokalnych może dochodzić do powstawania nowatorskich rozwiązań, czyli różnego rodzaju innowacji. Poziom innowacyjności jest uzależniony od ewolucji kulturowej, która z kolei wpływa na zróżnicowane systemy ludzkich motywacji i tworzone przez nich rozwiązania instytucjonalne.

Glokalizacja zaufania publicznego oznacza akceptację innego widzenia procesów globalizacyjnych przez interesariuszy, który powinien być o wiele bardziej wielowymiarowy. W tym kontekście uzmysławia się również wielowymiarowość kategorii wartości ekonomicznej oraz potrzebę ujmowania jej w znacznie szerszym zakresie niż dotychczas czyni się to w naukach ekonomicznych, gdzie niedoceniane jest zjawisko wzrostu czynnika zaskoczenia i nieprzewidywalności, a tym samym rosnącej niepewności i ryzyka, które są związane z realiami geoekonomii. Dopiero w świetle perspektywy glokalizacyjnej społeczeństwo – zarówno w ujęciu lokalnym, regionalnym, jak i ponadnarodowym – może stać się istotnym podmiotem mogącym ograniczać niepewność i niestabilność współczesnego świata.

Wciąż ważnym problemem jest niedostateczne uwzględnianie w praktyce potrzeb wszystkich interesariuszy, a zbytnie skupianie się na interesach akcjonariuszy. Dużym zagrożeniem jest wciąż postępujący w gospodarce światowej proces organizowania społeczeństw wokół wartości konsumpcji. Ponadto w miejsce dotychczasowych wartości wspólnych pojawiają się takie, które stają się dostępne tylko dla nielicznych. Coraz szybsze kurczenie się przestrzeni publicznej jest przede wszystkim spowodowane wdrażaniem neoliberalnej wizji organizacji polskiego społeczeństwa [Zuk, 2014]. Ewidentnie aksjologiczna sfera życia publicznego (sfera funkcjonowania wartości) kurczy się na rzecz sfery funkcjonowania interesu. Konflikt pomiędzy tymi sferami staje się widoczny.

W tym kontekście wszystkie systemy administracji (organizacje publiczne) powinny zacieśniać współpracę, zacierając granice administracyjne. Powinny one gromadzić zasoby, wiedzę i doświadczenie (know-how) wszystkich istotnych podmiotów publicznych, biznesowych, prywatnych i obywatelskich w ścisłym kręgu w myśl społecznej odpowiedzialności. Strategia społecznie odpowiedzialnego rozwoju to taka strategia, która przede wszystkim jest „bezpieczna dla przyszłości” i która uwzględnia potrzeby i interesy przyszłych pokoleń, a której celem jest realizacja również innych wartości niż tylko ekonomiczne.

Taki cel można realizować tylko poprzez interaktywne komunikowanie, w ramach pojawiających się coraz liczniejszych sieci aktorów, podmiotów działań społecznych (elity władzy, gospodarki, aktywności społecznej), podejmując koordynacyjne i integracyjne działania, poprzez rozwijanie wirtualnej administracji, usług oraz sieciowej gospodarki sektora publicznego” [Biernat, 2012, s. 44]. Ponadto istotne jest to, aby organizacje publiczne wykorzystywały istniejące wartości publiczne do tworzenia i kreowania kultury organizacyjnej [Moore, 2004, s. 2]. W tym celu mogą wykorzystywać teorię i praktykę zarządzania przez wartości (MBV). Współzrządzenie

kreujące wartości publiczne powinny być: mierzalne, elastyczne, partycypacyjne. Każdy klient czy interesariusz powinien jednocześnie być postrzegany jako uczestnik społeczny, wyborca i decydent.

Ważna w tym względzie jest również profesjonalna analiza i w jej wyniku dobre zrozumienie mechanizmów powstawania sieci społecznych pośredniczonych poprzez nowoczesne technologie komunikacji oraz wzory zachowań powstających w ich ramach (wciąż niedoceniany jest rozwój sfery Webonomics). Istotne jest również znalezienie odpowiedzi na pytanie o siłę wpływu społecznego w tych systemach komunikacyjnych.

Identyfikacja i budowa lokalnej mapy kluczowych interesariuszy jest pierwszym i podstawowym krokiem w tworzeniu systemu zarządzania społeczną odpowiedzialnością. Bez tego nie sposób formułować na tym szczeblu zarządzania publicznego priorytetów polityki społecznej, a także identyfikować wzajemne oczekiwania i potrzeby [Klimek, 2012, s. 376–377].

Zakończenie

Zarządzanie wartością ekonomiczną może stać się jeszcze bardziej istotnym integratorem badawczym, ale wymaga to szerokiego wprowadzenia w obszar jego zainteresowań wartości humanistycznych oraz uczynienia go bardziej adekwatnym do zmieniających się realiów życia społeczno-gospodarczego w XXI wieku. Współcześnie rozwój społecznie odpowiedzialny i zrównoważony (ekonomicznie, społecznie i ekologicznie) nie jest możliwy bez uwzględnienia filozofii zarządzania przez wartości (MBV). Współczesne zarządzanie w coraz większym stopniu powinno uwzględniać przestrzeń wartości publicznych, w ramach których każdy interesariusz jest jednocześnie postrzegany jako uczestnik społeczny i decydent. Tworzone w takiej przestrzeni systemy odgrywają wówczas rolę spoiwa, które łączy ludzi w różnych rodzajach społecznościach. A. Herman stwierdził, że w przyszłości będzie narastać konieczność większej integracji badań prowadzonych w obszarze teorii ekonomii z badaniami, które dotyczą sfery zarządzania przedsiębiorstwem. Wymaga to zastosowania podejścia interdyscyplinarnego, w szczególności interproblemowego. Oznacza to równocześnie potrzebę ściślejszej współpracy ekonomistów, socjologów, psychologów społecznych, ekologów, antropologów kultury, prawników oraz innych przedstawicieli nauk społecznych i humanistycznych. Jednym z celów tej współpracy powinno stać się przeciwdziałanie niebezpieczeństwu nadmiernej fragmentaryzacji pola badawczego teorii i praktyki zarządzania wartością przedsiębiorstwa [Herman, Konopka, 2016, s. 85]. Do jednego z obszarów, który jest ciągle niedoceniany przez ekonomię, należy sektor publiczny.

Ekonomia pozostawiona tylko samej sobie nie jest w stanie sprostać wyzwaniom, jakie pojawiły się w XXI wieku. Poszukiwanie współczesnych źródeł wzrostu wartości przedsiębiorstwa i biznesu nie może się jedynie ograniczać do prób zrozumienia istoty zmian, jakie zachodzą na poziomie mikroekonomicznym. Coraz bardziej potrzebne jest ich widzenie w znacznie szerszej perspektywie. G. Kołodko stwierdza, iż zmiana paradygmatu w ekonomii jest obecnie niezbędna i powinna uwzględniać głębokie i różnorodne konsekwencje globalizacji (różnorodność, rozwarstwienie cywilizacyjne), zmiany systemów gospodarczych i reguł gospodarowania. Zmiana ta, konstatuje profesor, powinna uwypuklać kwestie aksjologiczne [Bałtowski, 2016, s. 8–9].

Kategoria glokalizacji zaufania publicznego jest w pewnym sensie stosowaniem dotychczasowych pojęć w nowej narracji, gdzie „starym” kategoriom nadaje się nowe znaczenie w odniesieniu do nowych kontekstów. Jest procesem poszukiwania nowego paradygmatu nie tylko ekonomicznego i zarządczego, ale także filozoficznego i egzystencjalnego, który mógłby zastąpić dotychczasowy paradygmat, nadmiernie zdominowany przez dominację dążenia do doraźnego wzrostu wąsko rozumianej wartości ekonomicznej, wyrażanej głównie w pieniądzu i szczególnie poprzez zysk finansowy. Koncentracja na budowaniu lokalnych sieci zaufania wokół wartości publicznych w kontekście glokalizacyjnym to jednocześnie poszukiwanie lokalnych form tożsamości wspólnoty, tak koniecznej w turbulentnym świecie zmian. Glokalizacja zaufania publicznego jawi się w tym kontekście jako swoisty rodzaj homeostazy socjokulturowej.

Literatura

- Antoszewski A., Bendyk E., Frączek M., Giza A., Gorzelak G., Hausner J. (red.), Izdebski H., Matyja R., Mazur S. (red.), Nowak B.E., Raciborski J., Reiter J., Sześciło D. (2015), *Państwo i My. Osiem grzechów głównych Rzeczypospolitej*, Fundacja Gospodarki i Administracji Publicznej, Kraków.
- Benington J. (2013), *Creating the Public Order to Create Public Value*, „International Journal of Public Administration”, No. 32.
- Bałtowski M. (red.) (2016), *Wstęp*, w: *Ekonomia przyszłości. Wokół nowego pragmatyzmu Grzegorza W. Kołodko*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Biernat J. (2012), *Globalizacja miejsca społeczności lokalnej. Management – Zarządzanie społeczne*, Wyd. Studia Sadecko-Lubelskie, Lublin–Wrocław.
- Bourdieu P., Wacquant L.J.D. (2001), *Zaproszenie do socjologii refleksyjnej*, Warszawa.
- Deutsch M. (1956), *Trust and Suspicion*, „Journal of Conflict Resolution”, Vol. 2, No. 4.
- Domański H. (2009), *Spółczesność europejska. Stratyfikacja i systemy wartości*, Scholar, Warszawa.

- Fukuyama F. (1997), *Zaufanie: kapitał społeczny a droga do dobrobytu*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa–Wrocław.
- Harvey D. (2016), *Przestrzenie globalnego kapitalizmu*, Książka i Prasa, Warszawa.
- Herman A., Konopka D. (2016), *Searching for a more socially responsible theoretical concept of economic value management /proposal of undertaking an international reasearch subject/*, w: J. Teczke (ed.), *State, Society and Business – Development of Contemporary Management*, International Management Foundation, Cracow University of Economics, Cracow–Saint Petersburg.
- Herman A., Szablewski A. (red.) (1999), *Zarządzanie wartością firmy*, Poltex, Warszawa.
- Herman A. (2016), *W kierunku humanistycznego charakteru zarządzania wartością ekonomiczną. Nowy Pragmatyzm, czyli praktyczna teoria*, w: M. Bałtowski (red.), *Ekonomia przyszłości. Wokół nowego pragmatyzmu Grzegorza W. Kołodko*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Hirschman A. (1988), *Against Parsimony; Three Easy Ways of Complicating Some Categories of Economic Discourse*, w: D. Gambetta (ed.), *Trust; Making and Breaking Cooperative Relations*, Oxford.
- Joubert D. (2005), *Dwadzieścia pięć pojęć wartości*, w: P. Sztompka, M. Kucia (red.), *Socjologia. Lektury*, Kraków.
- Kleer J. (2015), *Dobra publiczne: wczoraj-dziś-jutro*, Polskie Towarzystwo Ekonomiczne, Warszawa 2015.
- Klimek J. (2012), *Spółeczna odpowiedzialność biznesu w Polsce*, Adam Marszałek, Toruń.
- Konopka D. (2015), *Glokalizacja zaufania publicznego jako nowa kategoria socjoekonomiczna*, „Kwartalnik Nauk o Przedsiębiorstwie”, nr 3(36), SGH.
- Konopka D. (2016), *Znaczenie zaufania i kooperacji w wymiarach lokalnych widziane z perspektywy 25 lat samorządności w Polsce*, „Kwartalnik Kolegium Ekonomiczno-Społecznego Studia i Prace”, nr 4(28).
- Koza-Granosz M. (2011), *Aksjologia jako dyscyplina scalająca filozofię i nauki o kulturze*, „Kultura i Historia”, Lublin, <http://www.kulturaihistoria.umcs.lublin.pl/archives/2101>, dostęp: 20.05.2017.
- Krajewski M. (red.) (2014), *Deindywiduacja. Socjologia zachowań zbiorowych*, Wyd. Bęc Zmiana, Warszawa.
- Kuciński K. (red.) (2010), *Glokalizacja*, Kolegium Nauk o Przedsiębiorstwie SGH, Warszawa.
- Luhmann N. (1979), *Trust and Power*, John Wiley, New York.
- Moore M.H. (2004), *On Creating Public Value*, <http://www.partnershipforum.dpc.wa.gov.au/policytoolkit/WorkingTogether/Documents/Creating%20Public%20Value%20Public%20Sector%20Strategic%20Triangle.pdf>, dostęp: 7.06.2017.
- Musialik G., Musialik R. (2013), *Kreacja wartości publicznej*, „Współczesne Zarządzanie”, nr 2.
- Olechnicki K., Załęcki P. (1997), *Słownik socjologiczny*, Graffiti, Toruń.
- Olson M. (1965), *The Logic of Collective Action*, Cambridge, MA., Harvard University Press.

- Pomieczński A. (2009), *Lokalne wymiary globalizacji*, „Kultura i Historia”, nr 16, <http://www.kulturaihistoria.umcs.lublin.pl/archives/1492>, dostęp: 2.06.2017.
- Przeglądarka danych Europejskiego Sondażu Społecznego; https://zkarpinski.shinyapps.io/ess_data_viewer, dostęp: 2.06.2017.
- Putnam R. (2008), *Samotna gra w kręgle. Upadek i odrodzenie wspólnot lokalnych w Stanach Zjednoczonych*, Wyd. Akademickie i Profesjonalne, Warszawa.
- Robertson R. (1992), *Globalization: Social Theory and Global Culture*, London, Sage.
- Rychard A. (2016), *Czy nowy kryzys legitymizacji i stary deficyt zaufania? Wstępne refleksje i empiryczne ilustracje*, w: P.B. Sztabiński (red.), *Polska-Europa. Wyniki Europejskiego Sondażu Społecznego 2002–2015*, IFiS PAN, Warszawa.
- Smelser N.J. (1963), *Theory of Collective Behaviour*, Glencoe 1963.
- Sztompka P. (2010), *Socjologia zmian społecznych*, Znak, Kraków.
- Sztompka P. (2007), *Zaufanie*, Znak, Kraków.
- Theiss M. (2004), *Znaczenie pojęcia „kapitał społeczny”* [w:] L. Frąckiewicz, A. Rączaszka (red.), *Kapitał społeczny*, Katowice.
- Wilkin J. (2008), *Sfera publiczna i sfera prywatna: co je dzieli i łączy?* „Optimum Studia Ekonomiczne”, nr 4(40).
- Wnuk-Lipiński E. (2008), *Socjologia życia publicznego*, Scholar, Warszawa.
- Zachariasz A.L. (1995), *Wartości: geneza pojęcia, ich status i funkcje*, „Folia Philosophica”, nr 13.
- Żuk P. (2014), *Zmiana jest możliwa i konieczna*, „Le Monde Diplomatique Polska”, Dolnośląski Dodatek Kulturalny, 15 grudnia.

Streszczenie

Artykuł podejmuje aktualne problemy związane z zarządzaniem wartościami na poziomie mikroekonomicznym i makroekonomicznym. Autorka wskazuje na nadmierne izolowane funkcjonowania nauk ekonomicznych, zarządzania i socjologii, które doprowadziło do luki pomiędzy kapitałem finansowym i społecznym. Według autorki konieczne jest poszukiwanie alternatywy do tych dylematów i przyjęcie w procesach gospodarowania nowych założeń wyjściowych we współczesnej ekonomii z wykorzystaniem aksjologii oraz szersze i bardziej interdyscyplinarne podejście. Podejście postulatywne wskazuje na owe paradygmaty w koncepcji powiązań między zarządzaniem wartością ekonomiczną i zarządzaniem przez wartości a globalizacją zaufania publicznego.

Słowa kluczowe

glokalizacja, zaufanie, wartość publiczna, wartość ekonomiczna

Glocalization of public trust in the concept of value management (Summary)

This article addresses current issues related to value management at micro-economic and macroeconomic levels. The author points to the overly isolated functioning of economic sciences, management and sociology, which has led to the gap between financial and social capital. According to the author, it is necessary to look for alternatives to these dilemmas and the need to adopt

new foundational assumptions in modern economics with the use of axiology and a broader and more interdisciplinary approach. The postulative approach points to these paradigms in the concept of the link between economic value management and value management and public trust.

Keywords

glocalization, trust, public value, economic value