

Andrzej Herman*

Dorota Konopka**

Teoria i praktyka zarządzania wartością ekonomiczną

Wstęp

Ekonomia pozostawiona tylko samej sobie nie jest w stanie sprostać wyzwaniom, jakie pojawiły się w XXI wieku. Nie można zapominać, że wyrosła ona z filozofii, a później miała swoje korzenie w socjologii. Wraz z rozwojem specjalizacji w naukach społecznych i dokonującym się ich podziałem ekonomia stopniowo zaczęła jednak wkraczać w obszary nauk, które były jej matczynikiem – zapożyczając od nich, a także często zawłaszczając ich różne sfery. Dlatego też poszukiwanie współczesnych źródeł wzrostu wartości przedsiębiorstwa 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 niż tylko w ten sposób. Mamy bowiem w przypadku źródeł wartości przedsiębiorstwa do czynienia ze szczególnym rodzajem nasilenia się sprzężeń oddziaływania czynników mikroekonomicznych z czynnikami makroekonomicznymi i globalnymi. Nie ma tu prostych zależności i uniwersalnych wyjaśnień. Jednak nie oznacza to, że nie należy podejmować prób poszukiwania ogólnych prawidłowości, jakie mogą tu mieć miejsce. Bez tego trudno rozwijać ekonomiczną teorię współczesnego przedsiębiorstwa, a w jej ramach dostrzegać przyczyny rodzenia się takich czy innych metod zarządzania na poziomie mikro¹.

1. Teoria i praktyka zarządzania wartością przedsiębiorstwa a interesy ekonomiczne

Warto więc w pierwszym rzędzie zastanowić się, jakie są wyznaczniki tworzącej się obecnie nowej architektury gospodarczej świata i w jaki sposób może ona wpływać na język pojęć i metod zarządzania przedsiębiorstwami, czyli na sposoby ich funkcjonowania w jej ramach. Jednym

* Prof. dr hab., Instytut Zarządzania Wartością, Kolegium Nauk o Przedsiębiorstwie, Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, ul. Madalińskiego 31/33, 02-544 Warszawa, ahermaster@gmail.com

** Dr, Instytut Filozofii, Socjologii i Socjologii Ekonomicznej, Kolegium Ekonomiczno-Społeczne, Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, ul. Wiśniowa 41, 02-520 Warszawa, dkonop@sgh.waw.pl

z takich najważniejszych obecnie czynników jest intelektualna hegemonia neoliberalnej ideologii, która często ma swój synonim określany mianem neokonserwatyizmu. Nie jest naszym celem, aby w tym miejscu zagłębiać się w wyjaśnianie wpływu tej ideologii na zmiany geostrategiczne czy geopolityczne w świecie.

Chodzi tu przede wszystkim o zwrócenie uwagi na konieczność wyzwolenia się spod jej wpływu. Szkodliwość tej doktryny polega bowiem nie tylko na nieograniczonej apologetyce wolnego rynku, ale przede wszystkim na wyeliminowaniu pojęć, które z istoty rzeczy są nierozdzielnie związane z rozwojem i przyszłością gospodarki rynkowej.

W naukach ekonomicznych termin „wartość” we wszystkich epokach historycznych skupia jak w soczewce podstawowe dylematy i rozważania na temat możliwości kreowania dobrobytu i rozwoju. Określa on kierunki myślenia i ewolucji o podstawowych kwestiach, które są z nimi związane. Jednak z punktu widzenia ekonomii i charakterystyki przebiegu procesów gospodarczych to, co szczególnie zasługuje na uwagę, to przede wszystkim sposób realizacji wartości i uzyskiwane w jego rezultacie efekty, oceniane przez następne pokolenia. Bardziej precyzyjnie to ujmując, odnosi się to przede wszystkim do odpowiedzi na pytanie – wartość czego, dla kogo i z kim?

Po upływie blisko czterdziestu lat na świecie, a w Polsce blisko lat piętnastu, od zaistnienia teorii i praktyki zarządzania wartością ekonomiczną warto postawić również pytanie o jej niekompletność, a także o kierunek jej dalszego rozwoju. Kategoria wartości ekonomicznej charakteryzuje się wielowymiarowością. Oznacza to potrzebę ujmowania jej w znacznie szerszym kontekście niż dotychczas czyni się to w naukach ekonomicznych. Dlatego też trzeba ją ciągle wzbogacać teoretycznie i czynić pełniejszą i bardziej użyteczną społecznie oraz praktycznie.

Teoria zarządzania wartością przedsiębiorstwa od samego początku swojego istnienia podlega dynamicznemu rozwojowi. Jednym z widocznych tego przejawów są udane próby jej implementacji w obszarach poza przedsiębiorstwem i uczynienia z niej uniwersalnego narzędzia wzrostu wartości w innych, niż tylko gospodarcze, organizacjach – na przykład w administracji publicznej. W teorii zarządzania wartością przedsiębiorstwa wraz z upływem czasu poszerza się nie tylko jej zakres, ale także wyodrębniają się jej różne nurty, których początki znajdują się w koncepcji wartości dla akcjonariuszy. Nie można jeszcze jednak mieć pewności, czy obecnie dochodzi do ich przenikania i zespalania się na jakimś jednym wspólnym fundamencie teoretycznym. Zapewne tworzenie jedno-

litego fundamentu teoretycznego, w ramach pojawiających się jej różnych nurtów, będzie wymagało dochodzenia do niego w wielu krokach.

W zależności od etapu rozwoju gospodarczego ujawniają się wobec tej teorii inne oczekiwania i ma ona do spełnienia różne zadania. Obecnie taki wspólny fundament teoretyczny, czyli obszar-spoivo, upatruje się przede wszystkim w obrębie dwóch sfer: społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa, a także w nurcie zarządzania wartością ekonomiczną przez inne wartości. Wydaje się, że dzięki temu wyłania się bardziej całościowy charakter teorii zarządzania wartością – już nie tylko przedsiębiorstwa, ale być może wszelkiej organizacji.

Czy jednak i w jakim stopniu to podejście stanie się rzeczywistym wspólnym fundamentem, a w jakim jest to tylko przejściowy zabieg, którego celem jest na przykład złagodzenie mających miejsce współcześnie zjawisk kryzysowych, to dopiero okaże się w przyszłości. Pod wpływem zachodzących szybko zmian w gospodarce światowej teoria zarządzania wartością przedsiębiorstwa niewątpliwie odchodzi od swoich początków i wyraźnie poszerza swój zakres. Ma to bez wątpienia swoje zalety, ale także jest dla niej samej dużym zagrożeniem, gdyż może doprowadzić do rozmycia jej istoty. Stąd też nie można zagubić w tym wszystkim perspektywy historycznej i postrzegania tego, co było podstawową przyczyną jej powstania. Wymaga to w kontekście zachodzących zmian wyraźnego wyeksponowania jej głównych wątków i wkomponowania ich w nowe powiązania socjoekonomiczne.

O co więc ewentualnie należałoby obecnie ją uzupełnić, aby było to wystarczające dla uczynienia tej teorii bardziej całościową i dostosowaną do obecnych realiów gospodarczych? Na tym tle rodzą się różnego rodzaju wątpliwości. Są one związane nie tylko z potrzebą trafnej identyfikacji źródeł tworzenia wartości firmy we współczesnej, globalnej gospodarce. Odnoszą się one przede wszystkim do uproszczonej i wąskiej wizji modelu gospodarki rynkowej. W modelu tym przedsiębiorstwo jest traktowane jak maszyna, której celem jest generowanie zysków dla jego udziałowców lub akcjonariuszy (inwestorów). Im te zyski są większe i osiągnane w krótszym okresie, tym lepiej.

Pierwsze dziesięć lat XXI wieku zapoczątkowało wyraźną krytykę takiego sposobu widzenia kreowania wartości firmy. Coraz częściej już nie tylko ekonomiści wskazują, że niezbędne jest długookresowe spojrzenie na tworzenie wartości biznesowych oraz uwzględnianie społecznych i kulturowych warunków jej wytwarzania. Odnosi się to nie tylko do

związanych z jej kreacją elementów „twardych”, ale również w nie mniejszym stopniu do elementów „miękkich”, których znaczenie w procesach jej kreacji rośnie. Wskazuje się na znaczenie „kapitału kulturowego” i „kreatywności kulturowej”. Podkreśla się także znaczenie związków między wdrażanymi modelami prowadzenia działalności gospodarczej, a etyką w biznesie i związaną z nią społeczną odpowiedzialnością firmy.

Niemало jest również takich głosów, w których poddaje się w wątpliwość prawdziwość takiego sposobu rozumowania. Podkreśla się na przykład, że zewnętrzna działalność społeczna – w tym charytatywna – to w zdecydowanej większości przypadków tylko dekoracja dla prawdziwej, brutalnej i kierującej się chciwością działalności biznesowej. Zwolennicy takiego stanowiska nie negują tego, że wykłady na temat etyki tworzenia wartości ekonomicznej są potrzebne i mają bardzo szlachetny charakter. Zwracają uwagę, że w realnym biznesie ich faktyczne oddziaływanie jest niestety niewielkie i często są one traktowane jako jeden z instrumentów public relations.

W podobny sposób jest kwestionowana teza o znaczącej roli w kreowaniu wartości firmy nie tylko przez jej udziałowców lub akcjonariuszy, ale również przez tzw. interesariuszy. Tym terminem określa się wszystkie te grupy społeczne i jednostki, które wpływają na rozwój wartości firmy. Jest to coraz bardziej szeroko rozumiane grono osób i instytucji. Należą bowiem do niego m.in. pracownicy, klienci, konsumenci, dostawcy, konkurenci, instytucje władzy i różnego rodzaju społeczności lokalne, opinia publiczna i media, które ją w znacznym stopniu kształtują.

W tym kontekście powstaje nie tylko pytanie, kto ma w tym sporze rację? Nie mniej istotne jest ustalenie, jaki kierunek dalszego rozwoju teorii i praktyki kreowania wartości firmy jest najbardziej pożądanym, dlaczego oraz z czyjego punktu widzenia (interesu)?

Obecny kryzys finansowy stał się dobrą okazją do ponownego spojrzenia na wiele kluczowych problemów ze styku nauk społecznych z biznesem. Jednym z nich jest niewątpliwie zarządzanie wartością ekonomiczną widziane przez pryzmat zaufania w relacjach biznesowych w warunkach rosnącej niepewności i nawarstwiającej się wiedzy niepewnej. Najbliższe lata zapewne będą się charakteryzować rosnącą niepewnością, wielką zmiennością zdarzeń i zwiększającym się wpływem oddziaływań psychologicznych na zachowania rynków.

W tej sytuacji trudno więc oczekiwać, że szybko zostanie przezwyciężony ogólny, globalny kryzys zaufania. Raczej będzie się on

niebezpiecznie przedłużać. Równocześnie mamy do czynienia z coraz większą liczbą coraz „mądrzejszych” analiz przyczyn tego kryzysu. Towarzyszy mu ogromny deficyt konstruktywnych propozycji, które stwarzałyby realną szansę na wyjście z niego. Zaś wszystkie te nieliczne propozycje konstruktywne oscylują wokół tymczasowych działań interwencyjnych. Mają one na celu bardziej krótkookresowe uspokajanie nastrojów na rynku niż gruntowną przebudowę obecnego „chorego”, europejskiego systemu finansowego.

Głównym celem tych propozycji jest poszukiwanie źródeł dokapitalizowania banków za pomocą kapitału prywatnego. Jednak, kiedy okaże się to trudne do zrealizowania, wówczas jedynym rozwiązaniem będzie nacjonalizacja niektórych największych banków europejskich, której koszty poniosą, jak zwykle, podatnicy – w myśl niestety ciągle obowiązującej w praktyce zasady: prywatyzujemy zyski, a społeczniamy straty.

Perspektywa zaistnienia nowych globalnych kryzysów – w tym także i kolejnego finansowego – wpływa na zmianę sposobu myślenia nie tylko o dotychczasowych sposobach funkcjonowania gospodarki światowej, ale także na temat fluktuacji ogólnego zaufania w międzynarodowej sferze ekonomicznej. Jest ona ściśle związana z przebiegiem współczesnych procesów gospodarowania.

Dwie pierwsze dekady XXI wieku w gospodarce światowej charakteryzują się uruchomieniem długofalowych, globalnych procesów zmian w jej strukturze. Pomimo że powstaje na ten temat coraz większa liczba – niewątpliwie potrzebnych – różnorodnych analiz i raportów, które wybiegają nie tylko poza horyzont lat 2030, ale sięgają już do roku 2050, to nie jesteśmy z tego powodu pewniejsi określonego w nich kształtu przyszłości i nie wiemy na przykład, czy właściwie określamy współczynniki ryzyka, kalkulując poziomy lewarowania, takich lub innych planowanych zamierzeń rozwojowych i związanych z nimi projektów inwestycyjnych.

Najczęściej także takie długofalowe, realne przedsięwzięcia inwestycyjne, budowane za pomocą długofalowych scenariuszy, wykraczają również poza horyzont odpowiedzialności tych, którzy je kreślą. W warunkach gospodarki opartej na wiedzy niepewnej trudno nie tylko przewidzieć przebieg tych procesów, czy choćby być pewnym ich głównych trendów. Trudno również określić, kto będzie ich beneficjentem, a kto przegrany. Skoro pewność poznania przyszłości jest niemożliwa, to trzeba się przede wszystkim skupić na odslanianiu widocznych

współzależności, które tę przyszłość kształtują – tak aby próbować określić stopień podejmowanego ryzyka odnośnie do ewentualnych działań podejmowanych w przyszłości. Ryzyko przyjmuje wówczas mniej lub bardziej zobiektywowaną formę niepewności, która dotyczy zdarzeń przyszłych.

W związku ze wzrostem tempa zmian rola czynnika niepewności w XXI wieku będzie bez wątpienia rosła. Siłą rzeczy musi temu towarzyszyć pojawienie się nowych, nieznanych do tej pory różnych rodzajów ryzyka, które coraz silniej będą się przekładać na efektywność procesów gospodarowania. Dlatego też wprowadzanie do teorii zarządzania wartością ekonomiczną jedynie różnych ulepszeń, głównie o charakterze „technicznym”, niewiele poprawi sytuację w zakresie możliwości wzrostu przewidywalności i lepszej kontroli zdarzeń, które mogą mieć miejsce w przyszłości.

Coraz bardziej widoczny staje się także brak kontroli człowieka nad kierunkami zachodzących zmian. Dzieje się tak dlatego, że współczesne społeczeństwa charakteryzuje radykalne przyspieszenie zmian, w wyniku czego ciągle kwestionowanie *status quo* stało się już normą. Zasięg i wpływ tych zmian na zachowania społeczne podlega równocześnie globalizacji. W rezultacie tego pojawia się zjawisko braku trwałości wszystkiego – w tym także dotychczas funkcjonujących instytucji. To z kolei wymaga poszukiwania i wprowadzania innych niż dotychczas form kontroli związanego z tym ryzyka.

Dlatego też właśnie i przede wszystkim trzeba zwrócić uwagę na niekompletność i brak dostatecznego związku teorii zarządzania wartością ekonomiczną z uwarunkowaniami kulturowymi i międzykulturowymi oraz wynikającymi z nich różnicami w organizacji społeczeństw i ich gospodarek. Słusznie podkreśla się, że nie istnieje bowiem coś takiego, jak jeden uniwersalny model cywilizacji, któremu towarzyszy jeden, właściwy mu model rozwojowy. Coraz większą rolę w cywilizacyjnych procesach transformacyjnych odgrywają uwarunkowania społeczno-kulturowe oraz cyberkulturowe, które mają charakter pozaekonomiczny. Stabilność makro- i mikroekonomiczna zależą nie tylko i nie przede wszystkim od kryteriów rynkowych, lecz od wielu innych czynników, wśród których szczególną rolę odgrywają uwarunkowania kulturowe, religijne i demograficzne. Zwrot od tzw. twardych instytucjonalnych i ekonomicznych wyjaśnień ku miękkim wartościom kulturowym oznacza także uznanie istotnej roli zaufania we wszystkich aspektach życia społecznego.

Wydarzenia widziane z takiej perspektywy po raz kolejny obalają prawdziwość tezy o końcu historii. Jej końcu rozumianym jako ostatecznym zwycięstwem uniwersalnego i ponadczasowego zachodniego wzorca gospodarki rynkowej i jedynie jemu właściwych sposobów jego realizacji. Oznacza to, że model społeczeństwa i wynikający z niego wzorzec gospodarki, który jest trafny w danym czasie i w jednym miejscu na świecie, nie musi być w tym samym czasie odpowiedni i pożądany w innym. Coraz częściej poszukuje się własnych, oryginalnych rozwiązań rozwojowych, które mają być w maksymalnie możliwym stopniu dostosowane do własnej historii i tradycji kulturowej oraz wynikających z nich oczekiwań społecznych. Jest to fundamentalne założenie dla współczesnie kreowanych strategii rozwoju przedsiębiorczości na szczeblu makro- i mikroekonomicznym. Dzięki temu tworzy się sprzyjające warunki dla sukcesu rynkowego rodzimych przedsiębiorców.

Podsystem gospodarczy jest wtórny wobec systemu kulturowego. Odrzucanie własnej tradycji i traktowanie jej jako sprzecznej z racjonalnym wyborem utożsamianym z maksymalizacją korzyści doprowadza do odrzucania wspólnych norm, jakimi ludzie kierują się poza systemem prawnym. Przykład państw Wschodu udowadnia, że nowoczesne instytucje gospodarcze funkcjonują sprawniej, jeżeli podstawą są normy pochodzące z tradycji kulturowej. Dziś możemy obserwować, jak w coraz większym stopniu zarówno konfucjanizm, jak też i islam są tymi systemami wartości, dzięki którym również w wielu regionach świata możliwe jest tworzenie zaufania społecznego i społeczeństwa obywatelskiego, które nie jest sprowadzane tylko do pojęcia kapitału ludzkiego jako szczególnego czynnika produkcji. Należy zwrócić uwagę, że to między innymi właśnie podstawowe cnoty konfucjańskie, tj. szacunek do siebie i względem innych ludzi oraz lojalność wobec innych, pozwalają osiągnąć harmonię i poczucie wspólnoty. Tam w naturalny sposób zaufanie jest fundamentem relacji międzyludzkich. Głęboko zakorzenione postawy konfucjańskie jako elementy dziedzictwa kulturowego mają nadal istotne znaczenie, tj. postawa obowiązku (powinności) a nie praw i roszczeń oraz prymat moralności nad prawem stanowionym.

W trakcie tych poszukiwań ma oczywiście miejsce szerokie wykorzystywanie instrumentów i mechanizmów gospodarki rynkowej, ale ich podstawą zastosowania w praktyce jest własna kultura i wynikające z niej systemy wartości. Są to systemy wartości, które są powszechnie akceptowalne społecznie, dzięki czemu staje się możliwy rozwój klimatu zaufa-

nia i pożądanych norm etycznych oraz przewidywalnych zachowań między przedsiębiorcami.

2. Deficyt zaufania w procesach kreowania wartości ekonomicznej

Żyjemy w świecie rosnącej globalnej współzależności, której towarzyszy obniżający się poziom zaufania oraz rosnącej wraz z tym wzmożonej niepewności i ryzyka [Fukuyama, 1995; Castells, 1996; Beck, 2004; Bauman, 2007; Sztompka, 2007; Grudzewski i inni, 2007; 2009; Hardin, 2009; Herman, 2009]. Wszechobecność w życiu współczesnego człowieka „abstrakcyjnych systemów” sprawia, że widoczne jest obniżanie się stopnia jednostkowego rozumienia sensu i mechanizmów funkcjonowania instytucji oraz obowiązujących w życiu publicznym regulacji. Brak jest we współczesnym świecie Zachodu zrozumienia istoty dążenia do równowagi w społeczeństwie, którego następstwem jest połączenie świadomości jednostki bycia w mniejszej czy większej wspólnotie.

Nadal najważniejsza i mocno zauważalna jest zasada indywidualizmu niż wspólnotowości, a płynność (zmiennność) zastąpiła poczucie równowagi (stałości). Społeczeństwo jako koalicja interesów jest obrazem niekompletnym, bo społeczeństwo jest również wspólnotą moralną. Jednym z podstawowych elementów wspólnoty moralnej jest „zaufanie, czyli oczekiwanie uczciwego postępowania innych wobec nas oraz lojalność, czyli powinność nienaruszania zaufania, jakim obdarzają nas inni, i wywiązywanie się z podjętych zobowiązań” [Sztompka, 2007, s. 36]. Maria Ossowska zalicza wręcz lojalność do ważnych „norm służących zaufaniu” [Ossowska, 2000, s. 129–130].

Pojęcie zaufania w rozumieniu współczesnego świata zachodniego sprowadzone zostało do tworzenia sieci społecznych, inwestowania w relacje i budowania tzw. kapitału relacji. A zaufanie to przede wszystkim postawa społeczna i wartość istotna (nie wartość uboczna).

Czy takie wartości, jak zaufanie czy lojalność mają rację bytu w cywilizacji zachodniej, gdzie wspólnotę zastąpiono stowarzyszeniem (gdzie kurczy się „przestrzeń moralna”), a zaufanie eliminowane jest umowami ograniczającymi ryzyko? Cywilizacja zachodnia zatraciła swoje pierwotnie dominujące wartości pochodzące z kulturowego dziedzictwa chrześcijaństwa, takie jak pokora, hierarchia i wspólnota. Należy zauważyć, że obecny bardzo szybki rozwój gospodarczy Azji Wschodniej oparty jest

nadal na wartościach konfucjańskich i również bazuje na szacunku dla pokory (harmonii), hierarchii i wspólnoty.

Wielką słabością teorii zarządzania wartością ekonomiczną jest ograniczanie się wyłącznie do europocentrycznego punktu widzenia i prób narzucania zachodnich systemów wartości oraz dążenie do unifikacji tożsamości kulturowej społeczności krajów spoza strefy euroatlantyckiej.

Neoliberalna globalizacja wartości ma na celu doprowadzenie do homogenizacji świata. Zgodnie z postmodernistycznym sposobem postrzegania świata wyklucza się ona z uniwersalizmem, który dotyczy takich wartości, jak: wolność, prawa człowieka, demokracja, prawa do godnej pracy itd. Współczesna globalizacja ogranicza się zaś jedynie do wolności wymiany coraz to liczniejszych dóbr i usług – do poszerzania nieograniczonego zakresu swobody tej wymiany na nowe obszary życia społeczno-gospodarczego i zawłaszczania ich w celu niedopuszczania do spadku, lecz do powiększania stopy zwrotu z zaangażowanego kapitału. Celem tak rozumianej globalizacji jest wytworzenie takiego systemu wartości, który ten proces nie tylko umożliwi, ale również przyspieszy.

Ujednolicanie świata zgodnie z jednym neoliberalnym modelem rozwoju nie może i zapewne nie zakończy się powodzeniem. Ten rodzaj słabości tkwi również w teorii zarządzania wartością przedsiębiorstwa. Wynika on z tego, że nie uwzględnia ona różnych, odmiennych kulturowych podejść do oceny ryzyka.

W obszarze zarządzania wartością ekonomiczną coraz wyraźniejsza staje się potrzeba wprowadzenia nowego języka, czyli zestawu pojęciowego, za pomocą którego będą podejmowane próby interpretacji zmian w realnym świecie. Ten nowy język wymaga jednak uwzględnienia tego, że świat, który nas otacza, charakteryzuje się bogactwem i różnorodnością wartości w ogóle i jako taki nie może być sprowadzony wyłącznie do poziomu wąsko pojmowanych wartości ekonomicznych.

Powstaje więc potrzeba skonstruowania swoistego metajęzyka, czyli nowego sposobu opisywania za pomocą innego, konkretnego języka, który stosuje właściwe dla siebie nazwy i zależności, jakie między nimi zachodzą. Jeśli tego się nie uwzględni, to wówczas będziemy mieć nadal do czynienia z tym, co się nazywa hazardem moralnym lub po prostu z chciwością, której skrajnie negatywne efekty uwidocznili ostatni kryzys przełomu pierwszej i drugiej dekady XXI wieku.

Radykalna zmiana pozycji konkurencyjnych, jaką zajmują przedsiębiorstwa w sferze wartości niematerialnych, jest przede wszystkim

związana z przesunięciami w globalnej strukturze łańcucha kosztów. Największe wartości ekonomiczne są tworzone na początku tego łańcucha, czyli na etapie projektowania i tworzenia prototypów produktów. Wiąże się to z najwyższymi kosztami, które trzeba w tej fazie produkcji ponieść. Fazy kolejne, które mają na celu reprodukcję i komercjalizację danego produktu, można już przenosić do takich miejsc, które będą znajdować się najbliżej jego masowych rynków zbytu i w których będzie można wytworzyć ten produkt najtaniej. Takich lokalizacji zazwyczaj poszukuje się w krajach, których rozwój gospodarczy nie jest oparty na wiedzy, lecz na tradycyjnych czynnikach produkcji. Przedsiębiorstwa działające w tych krajach nie mogą oczekiwać – pomimo iż wytwarzają nowoczesne produkty – że uzyskają w ten sposób jakiś dodatkowy rodzaj renty ekonomicznej i związane z nią extra korzyści ekonomiczne. Zjawisko to kształtuje nową mapę globalnych kreatorów wartości i jest źródłem dalszej polaryzacji dochodowej w świecie. Jeśli więc porównywać globalne łańcuchy kosztów do pokarmowych łańcuchów biologicznych, to odwrotnie niż ma to miejsce w tych drugich, warto starać się o to, aby być w nich ogniwem początkowym, a nie końcowym. Powodzenie realizowanych przez przedsiębiorstwa strategii wartości jest więc w dużej mierze uzależnione od sposobów postrzegania i rozumienia najważniejszych dla nich zagrożeń kryzysowych. Na przestrzeni ostatnich blisko dwudziestu lat znajduje to potwierdzenie także w ewolucji teorii i praktyki zarządzania wartością przedsiębiorstwa i innych organizacji gospodarczych. Dlatego też w ostatnich latach postuluje się wprowadzenie do obszaru teorii i praktyki zarządzania wartością ekonomiczną coraz większej ilości rozmaitych ulepszeń, które mają mieć charakter nie tylko techniczny. W szczególności warto zwrócić obecnie uwagę na sześć podstawowych obszarów tej teorii, które wymagają szerszego uwzględnienia:

- 1) realiów nowej geoeconomii jako formy geopolityki,
- 2) związków z kulturą i organizacją,
- 3) związków procesów zarządzania z nowymi dźwigniami, które determinują kreowanie wartości,
- 4) uwzględnienia potrzeb wszystkich głównych interesariuszy (nie tylko akcjonariuszy) i zarządzania nimi,
- 5) wzmocnienia roli regulacji i nadzoru korporacyjnego,
- 6) dokonania próby syntezy zarządzania wartością w ujęciu jej „twardych” elementów z elementami „miękkimi”, czyli zarządzaniem przez wartości [Herman, 2014, s. 32].

Zakończenie

Tak widziana teoria i praktyka zarządzania wartością ekonomiczną staje się coraz bardziej istotnym integratorem badawczym. W najbliższych latach może ona stać się także ważnym spoiwem między ekonomią i zarządzaniem we współczesnych teoriach przedsiębiorstwa. Teoria ta wymaga jednak szerokiego wprowadzenia w obszar swoich zainteresowań wartości humanistycznych oraz uczynienia ją bardziej adekwatną do zmieniających się realiów życia społeczno-gospodarczego w XXI wieku.

Literatura

1. Bauman Z. (2007), *Płynne czasy. Życie w epoce niepewności*, Sic!, Warszawa.
2. Beck U. (2004), *Spółczeństwo ryzyka*, Scholar, Warszawa.
3. Castells M. (1996), *The Rise of the Network Society*, Blackwell, Oxford.
4. Fukuyama F. (1995), *Trust: Social virtue and the creation of property*, Adamantine Press, London.
5. Grudzewski W. M., Hejduk I. K., Sankowska A., Wańtuchowicz M. (2007), *Zarządzanie zaufaniem w organizacjach wirtualnych*, Difin, Warszawa.
6. Hardin R. (2009), *Zaufanie*, Sic!, Warszawa.
7. Herman A. (2015), *Aksjologiczne aspekty teorii i praktyki zarządzania wartością*, „Kwartalnik Nauk o Przedsiębiorstwie”, nr 2.
8. Herman A. (2009), *Kilka refleksji na temat zaufania*, „Ekonomika i Organizacja Przedsiębiorstw”, nr 1(708).
9. Konopka D. (2012), *Trust and Mistrust in Business Relationships*, „Ekonomika i Organizacja Przedsiębiorstwa”, nr 8(751).
10. Ossowska M. (2000), *Normy moralne. Próba systematyzacji*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
11. Sztompka P. (2007), *Zaufanie. Fundament społeczeństwa*, Znak, Kraków.

Streszczenie

W artykule został podjęty problem niekompletności współczesnej teorii zarządzania wartością przedsiębiorstwa. Wskazane zostały w nim główne przyczyny takiego stanu rzeczy oraz możliwe kierunki uzupełnienia istniejących luk teoretycznych.

Słowa kluczowe

zarządzanie, teoria, wartość ekonomiczna, zaufanie

Theory and practice of economic value management (Summary)

The article was taken the problem of incomplete modern theory of value based management. It has in it the main reasons for this state of affairs and possible lines complement the existing gaps theory.

Keywords

management, theory, economic value, trust