

Anna Łupicka

Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu, Wydział Zarządzania, Katedra Logistyki
i Transportu
anna.lupicka@ue.poznan.pl

PARADYGMATY W NAUKACH O ZARZĄDZANIU. POTRZEBA UŚCIŚLENIA *VERSUS* BOGACTWO UJĘĆ PARADYGMATYCZNYCH JAKO WARTOŚĆ

Streszczenie: Celem artykułu jest dokonanie prezentacji wybranych poglądów i teorii z zakresu nauk ekonomicznych pod kątem ich przydatności do rozważań na temat wpływu nowych obszarów w zarządzaniu (sprawowanie władzy, wykorzystanie zasobów organizacji, sieciowość, koordynacja działań, rozwój technologii informatycznych) i potrzebę tworzenia nowych paradygmatów w naukach o zarządzaniu.

Słowa kluczowe: paradygmat, ekonomia behawioralna, teoria agencji, teoria perspektywy.

Klasyfikacja JEL: B40, B41.

PARADIGMS IN MANAGEMENT SCIENCES. THE NEED FOR SPECIFYING (THERE IS SOMETHING MISSING HERE) VERSUS THE VARIETY OF PARADIGMATIC PERSPECTIVES AS THE VALUE

Abstract: The aim of this paper is to present selected ideas in the field of economic science from the point of view of their usefulness in considering the influence of new areas in management (exercising power, using the resources of the organization, networking, coordination of activities, development of IT technologies) on the relationships between firms. The selected views of economic schools and their usefulness for creating the paradigms of management sciences are described.

Keywords: paradigm, behavioural economics, agency theory, perspective theory.

Wstęp

Szczególnie doniosłe wydarzenie w uznaniu zmiany paradygmatu w naukach ekonomicznych miało miejsce w 2002 roku, kiedy to amerykański profesor psychologii D. Kahneman został uhonorowany Nagrodą Nobla w dziedzinie ekonomii za włączenie wniosków z badań psychologicznych do nauk ekonomicznych, szczególnie dotyczących ludzkich osądów i podejmowania decyzji w warunkach niepewności. Wielu badaczy i naukowców wskazywało zarówno w badaniach laboratoryjnych, jak i naturalnych, że człowiek często postępuje irracjonalnie, działa intuicyjnie, kieruje się emocjami, wiele jego zachowań i motywów jest sterowanych poza świadomością, a chłodny racjonalizm i kontrola są bardziej wyjątkiem niż regułą [Szymusiak 2012]. Wyniki tych badań przyczyniły się do powstania nowych subdziedzin ekonomii, takich jak: psychologia ekonomiczna, ekonomia behawioralna, ekonomia menedżerska, ekonomia eksperymentalna i neuroekonomia [Wach 2010].

W 1978 roku Herbert A. Simon, prekursor ekonomii behawioralnej, został laureatem Nagrody Nobla w dziedzinie nauk ekonomicznych za opracowanie teorii ograniczonej racjonalności, co było pewnym ewenementem, a zarazem potwierdzeniem interdyscyplinarności nauk ekonomicznych [Szymusiak 2012]. Gruszecki [Szymusiak 2012], komentując dorobek Simona, zauważył, że jego prace atakują tradycyjny paradygmat przyjmowany w naukach ekonomicznych, a mianowicie założenie o pełnej racjonalności w decyzjach ekonomicznych, a przy okazji kwestionują skuteczność tradycyjnych reguł w zarządzaniu organizacjami, zwłaszcza przedsiębiorstwem. Przy poszukiwaniu odpowiedzi na potrzebę tworzenia nowych paradygmatów w naukach o zarządzaniu nie można zawęzić rozważań tylko do nauk o zarządzaniu, lecz rozszerzyć o inne subdziedziny ekonomii.

Związki ekonomii i psychologii są widoczne już w starożytności, między innymi w dziełach Ksenofonta. Na uwagę zasługuje również fakt, że w dawnych czasach ekonomiści studiowali równocześnie inne dziedziny nauki, takie jak psychologia, socjologia czy etyka. Adam Smith, ojciec ekonomii klasycznej, w swoich dwóch dziełach *Teoria uczuć moralnych* i *Bogactwo narodów* rozważał kwestie dotyczące tego, co jednoczy społeczeństwo wolnych ludzi, dlaczego oprócz egoizmu przejawiają również miłość bliźniego i altruizm. Coraz większa rzesza współczesnych ekonomistów prawie po stu latach zapomnienia *Teorii uczuć moralnych* skłania się ku ekonomii behawioralnej, która w samej rzeczy była i jest związana z ekonomią głównego nurtu.

1. Wybrane poglądy szkół ekonomicznych oraz ich użyteczność w tworzeniu paradygmatów nauk o zarządzaniu

Problem wyboru paradygmatu w naukach o zarządzaniu jest swoistym przekładaniem różnych typologii paradygmatów ze względu na szkołę metodologiczną czy przedmiotowość. Coraz częściej dominuje podejście przedmiotowe do paradygmatów w zależności od subdyscypliny, którą reprezentują poszczególni badacze. W ten sposób można by wskazać na paradygmaty w zarządzaniu łańcuchami dostaw, w rachunkowości czy zarządzaniu strategicznym. Nie ma jednej właściwej drogi wyboru odpowiedniego paradygmatu w badaniach ekonomicznych, tym bardziej że procesy organizacji i zarządzania towarzyszą ludzkości od zawsze i od zawsze brano pod uwagę różne, często sprzeczne ze sobą ujęcia paradygmatyczne.

Przywództwo, podział pracy i tworzenie hierarchii stanowią część dziedzictwa ewolucyjnego naszego gatunku [Sułkowski 2012]. Relacje pomiędzy partnerami handlowymi istniały od zawsze. W dawnych jak i współczesnych czasach kupcy pozyskiwali lojalnych klientów poprzez pełne zaspokojenie ich oczekiwań [Gronroos 1996]. Jednak powstanie nauk o zarządzaniu jako dyscypliny naukowej nastąpiło wraz z rewolucją menedżerską, zapoczątkowaną przez pracę amerykańskiego ekonomisty T. Veblena pt. *Teoria przedsiębiorstwa* (*The Theory of Business Enterprise*), w której zwrócił on uwagę na różnorodność celów właścicieli zainteresowanych zyskiem finansowym i kierowników inżynierów, zainteresowanych produkcją [Szymusiak 2012]. Nauki o zarządzaniu tworzą wiedzę nieuniwersalną, uwarunkowaną historycznie, przybliżoną i niepewną [Sułkowski 2012]. Częściej odnosi się zarządzanie do dyscypliny praktycznej niż teoretycznej. W związku z tym wielu autorów wskazuje, że powinno się podchodzić z dużą rezerwą do tworzenia tzw. „wielkiej teorii” organizacji i zarządzania [Kozłowski 2004; Sułkowski 2005; Ciesielski 2009]. Powyższe rozważania mają wspólny mianownik, jakim jest pojęcie paradygmat. Najbardziej rozpowszechnioną definicją paradygmatu jest twierdzenie T.S. Kuhna, który za paradygmat uważa osiągnięcia, „które dana społeczność uczonych aktualnie akceptuje i traktuje, jako fundament swej dalszej praktyki”, uznając jednocześnie, że „pewne prawa, teorie, zastosowania oraz wyposażenie techniczne tworzą model, z którego wyłania się jakaś szczególna, zwarta tradycja badań naukowych” [Kuhn 1968]. W naukach o zarządzaniu słowo „paradygmat” wywołuje wiele pytań. Można spotkać się z najróżniejszymi stanowiskami odnośnie do potrzeby używania tego pojęcia i konieczności wskazywania paradygmatu w badaniach, łącznie z opinią o całkowitej zbędności paradygmatów [Ciesielski 2012]. Paradygmat to coś więcej niż teoria,

to modelowe rozwiązanie w danej dziedzinie nauki. Paradygmaty odnoszą się zatem zarówno do obserwacji, jak i interpretacji. Można więc powiedzieć, że paradygmat obejmuje podstawowy światopogląd, cechy dobrej teorii, teoretyczne ramy analizowania problemów, techniki i narzędzia empirycznego testowania prognoz i hipotez [Ciesielski 2012]. Jednak w metodologii odpowiedź na pytanie, co to jest dobra teoria, oznacza otwarcie puszkii Pandory [Noga 2009]. Słowo „teoria” pochodzi od greckiego *thoein* oznaczającego przyglądanie się, kontemplację, rozważanie. Zarządzanie dąży do tworzenia spójnych i logicznych teorii opartych na faktach naukowych, które mogą jednak opierać się na różnych paradygmatach. Zatem następuje kumulacja dorobku naukowego, ale na gruncie każdego z paradygmatów. Ze względu na niewspółmierność, często trudny jest transfer wiedzy pomiędzy różnymi paradygmatami i szkołami [Sułkowski 2012]. Dobrym rozwiązaniem w formułowaniu paradygmatów zarządzania jest odniesienie się do pojęcia „teoretyzowanie”, będącego szerszym terminem obejmującym nie tylko udane próby stworzenia spójnych teorii, ale również podejmowanie refleksji teoretycznej, nie zawsze uwieńczone odkryciem teorii naukowej. Niezależnie od przyjętego poziomu teoretyzowania, wspólnota badaczy opiera tworzone koncepcje na pewnych wspólnie podzielanych założeniach poznawczych, które zostały przez T.S. Kuhna określone właśnie, jako paradygmat. Teoretyzowanie odnosi się, więc zarówno do tworzenia, jak i testowania teorii [Sułkowski 2012].

Nauki o zarządzaniu, jak również subdyscypliny zarządzania, czerpią podwaliny podstaw teoretycznych z wielu różnych dziedzin, a lista teorii w danej subdyscyplinie jest zbiorem otwartym. Słusznie żartuje Craig Mello, laureat Nagrody Nobla w dziedzinie medycyny z 2006 roku, że badania naukowe w języku angielskim to nie *search*, tylko *research*, a więc permanentnie trzeba szukać nowych teorii [Noga 2009]. W zasadzie nie ma nic złego w takich rozszerzeniach i zapożyczeniach. Wręcz przeciwnie, wykorzystywanie przez subdyscypliny, które nie mają własnych, swoistych teorii (logistyka i zarządzanie łańcuchami dostaw, marketing), dorobku naukowego z pozostałych obszarów nauki przynosi korzyści. Także wtedy, gdy wymienione subdyscypliny korzystają z teorii innej subdyscypliny praktycznej [Ciesielski 2012]. Zarządzanie łańcuchami dostaw jest typową subdyscypliną praktyczną o bardzo ubogim, wręcz skąpym dorobku teoretycznym, gdzie podstawowymi elementami analizy i oceny są przepływy rzeczy i informacji, sieć, łańcuch dostaw, ryzyko – elementy zmienne w czasie. Tym bardziej zasadne wydaje się odrzucenie neoklasycznej teorii ekonomii i zasady *ceteris paribus* na rzecz teorii postindustrialnych oraz stosowania zasady *mutadis mutandis* (zmieniaj to, co powinno być zmienione). Po rewolucji menedżerskiej, która spowodowała

oddzielenie własności od zarządzania, zmieniło się funkcjonowanie nowych dużych korporacji (sieci dostaw), w których zarządzaniem musiał zająć się menedżer, profesjonalista znający się w praktyce na kierowaniu zespołem ludzi. To podejście nie zgadzało się z dotychczasowymi założeniami ekonomii neoklasycznej.

2. Potrzeba uściślenia paradygmatów *versus* bogactwo ujęć jako wartość

Najczęściej cytowaną w literaturze klasyfikacją paradygmatów zarządzania jest podział według G. Burella i G. Morgana, którzy wzięli pod uwagę dwa wymiary paradygmatów: orientację społeczną i założenia dotyczące poznania. Autorzy wymienili następujące paradygmaty: paradygmat neopozytywistyczno-funkcjonalistyczno-systemowy, paradygmat interpretatywno-symboliczny, paradygmat krytyczny [Burrell i Morgan 1979].

Ł. Sułkowski do dwóch pierwszych paradygmatów wyodrębnionych przez G. Burella i G. Morgana dodaje dwa kolejne: paradygmat radykalnego strukturalizmu oraz paradygmat radykalnego humanizmu [Sułkowski 2012].

Być może oprócz wymienionych wyżej paradygmatów nauk o zarządzaniu powinny istnieć jeszcze inne paradygmaty łączące zespół cech różnych ujęć paradygmatów, np. wspomniany już paradygmat sieciowy w odniesieniu np. do zarządzania łańcuchami dostaw gdzie mamy do czynienia zarówno z podejściem przedmiotowym, jak i poznawczym, czy szeroko pojętej internacjonalizacji działalności przedsiębiorstw.

Paradygmat neopozytywistyczno-funkcjonalistyczno-systemowy składa się z trzech elementów. Weryfikacjonizm pozwala na trwałe uznanie wartości poznawczej danych stwierdzeń, gdy stosowano badania empiryczne przedmiotu. Daje to możliwość jednoznacznej odpowiedzi na pytanie, czym jest i jakie są właściwości danej organizacji oraz jak efektywnie nią zarządzać. Funkcjonalizm w zarządzaniu prowadzi do wyodrębnienia podstawowych funkcji zarządzania komplementarnych względem siebie (np. planowanie, organizowanie, motywowanie, monitorowanie). Koncepcja systemowa zakłada integrację strukturalną podsystemów w obrębie większej całości oraz emergencję specyficznych cech systemu na kolejnych poziomach złożoności [Sułkowski 2012].

Źródłami inspiracji dla paradygmatu interpretatywno-symbolicznego są nauki społeczne i humanistyczne. Kluczem do tworzenia teorii naukowej jest zrozumienie, uchwycenie sensu z punktu widzenia zaangażowanego

obserwatora lub członka organizacji. Paradygmat radykalnego strukturalizmu opiera się na założeniu istnienia obiektywnej rzeczywistości społecznej, a rolą badacza jest poznanie mechanizmów społecznych, a przede wszystkim zmiana rzeczywistości społecznej. W paradygmacie radykalnego humanizmu kryteria racjonalności i prawdy, podobnie jak sposób percepcji rzeczywistości, są uwarunkowane kulturowo i społecznie.

Wracając do typologii paradygmatów w naukach o zarządzaniu, trzeba zaznaczyć, że obecnie część badaczy coraz częściej skłania się do uściślenia paradygmatu, do którego odnoszą się w swoich badaniach, ale to może świadczyć o niechęci do podejmowania ryzyka i korzystania z tego, co już jest znane i pewne, i dopasowywaniu wyników do przyjętych norm. Występuje również grupa, która poszukuje szerszego podejścia i skłania się bardziej do teoretyzowania i wykorzystywania całego bogactwa różnych form paradygmatycznych. Tworzą się nowe szkoły metodologiczne, które wychodzą naprzeciw niedoskonałościom dotychczasowych, uznanych paradygmatów i korzystają z „rogu obfitości” różnych ujęć paradygmatycznych.

Przyjrzyjmy się więc w ogólnym zarysie bogactwie ujęć ekonomii neoklasycznej, instytucjonalnej czy behawioralnej i menedżerskiej oraz ich roli w uściśleniu paradygmatów lub odchodzeniu od przyjętych norm na rzecz tworzenia nowych paradygmatów.

Nowa ekonomia instytucjonalna rozwinęła się w wyniku krytyki ekonomii neoklasycznej. Ekonomia neoklasyczna zajmuje się przede wszystkim warunkami powstawania stanu równowagi. Tworzy statyczny model, w którym stopy rentowności w poszczególnych sektorach dążą do wyrównania. Model ten zawiera cechy równowagi powstające dzięki temu, że wszystkie rynki są doskonale konkurencyjne. Rozważa się tu w zasadzie tylko konkurencję cenową. Jedynie w modelach duopolu i oligopolu analizuje się zachowania, które można określić jako strategie ograniczające się do kształtowania cen i wielkości produkcji. Ponieważ ekonomia neoklasyczna poświęca wiele uwagi problemom wymiany, można przyjąć, że interesuje się ona głównie walką negocjacyjną. Weźmy na przykład „przedsiębiorstwo” – jednostkę produkcyjną nowoczesnej teorii neoklasycznej. Składa się ona z wielu osób i jest bardzo skomplikowana, ale teoria neoklasyczna redukuje cele przedsiębiorstwa do jednego – do maksymalizacji zysku – nie wyjaśniając, w jaki sposób cel może być zgodny z maksymalizacją użyteczności dla osób wewnątrz przedsiębiorstwa. To samo odnosi się do rynków: ekonomia neoklasyczna zakłada istnienie szczególnych rodzajów rynków; nie wyjaśnia jednak, w jaki sposób powstały te rynki, jak mogą się zmieniać, czy ich istnienie może wpływać na zachowanie się i preferencje jednostek lub czy owe rynki są ścisłymi przybliżeniami do

tego, co obserwujemy w realnym świecie. Ma ona zatem bardzo ograniczone horyzonty.

Dla badania relacji między firmami szczególnie inspirujący jest dorobek nowej ekonomii instytucjonalnej. Wyjaśnia ona bowiem zjawiska związane z integracją pionową, kosztami związanymi z zakupami na rynku, koordynacją w firmie i kooperacją między firmami. O.E. Williamson uważa, że nowa ekonomia instytucjonalna obejmuje dwa nurty: nurt monopolu i nurt efektywności [Williamson 1985]. W nurcie efektywności mieszczą się koncepcje praw własności, agencji i kosztów transakcyjnych. Mówi się, że nowa ekonomia instytucjonalna zajmuje się ekonomią organizacji, a nie jak ekonomia neoklasyczna – ekonomią produkcji. Struktura regulacji stanowi ramy instytucjonalne, w których odbywa się zarządzanie transakcjami. Podstawową jednostką analizy są transakcje. Podejście neoinstytucjonalistów wywodzi się z artykułu R. Coase'a o teorii przedsiębiorstwa. Coase dowodził, że przedsiębiorstwa rozwijają się dlatego, że rynkowe koszty transakcji są zbyt wysokie dla transakcji między przedsiębiorstwami [Landreth i Colander 1998].

Kumulacja krytycznych opinii na temat ekonomii neoklasycznej związana jest z pojawieniem się i umacnianiem ekonomii behawioralnej i menedżerskiej, która dostarcza bardziej realistycznych fundamentów psychologicznych [Polowczyk 2012]. W warunkach współczesnej gospodarki funkcjonującej w turbulentnym środowisku charakteryzującym się dużą niestabilnością, niepewnością i nieciągłością działań dochodzi do ewolucyjnych zmian paradygmatu nauk ekonomicznych. Coraz więcej menedżerów podchodzi do zarządzania przedsiębiorstwem w sposób intuicyjny, w którym klasyczna teoria ekonomii jest jedynie punktem wyjścia do tworzenia nowych propozycji teoretycznych łączących różne dyscypliny naukowe, takie jak: ekonomia, psychologia, socjologia czy etyka, pozwalających na rozwiązywanie współczesnych problemów, a przede wszystkim umożliwiających budowanie silniejszych relacji z partnerami biznesowymi. Wiele firm, takich jak Grupa Beiersdorf, VW czy często opisywany przypadek meksykańskiego banku Grupo Financiero Serfin, wprowadza udoskonalenia programu szkoleń w zakresie negocjacji i psychologicznego podejścia do zarządzania będące źródłem budowania zaufania pomiędzy współpracującymi firmami.

W tradycyjnych teoriach menedżerskich zwracano uwagę, że wraz z oddzieleniem się własności od zarządzania komplikuje się funkcja celu przedsiębiorstwa, stając się funkcją celu menedżerów pozytywnie skorelowana z takimi wielkościami, jak zysk, wielkość firmy, wzrost gospodarczy oraz wielkość wydatków.

Przykładem wskazującym na potrzebę odrzucenia dotychczasowych paradygmatów jest badanie zjawisk konkurencyjnych. Refleksja nad możliwościami efektywnej konkurencji jest tak długa, jak nauka ekonomii, podobnie zjawisko braku takiej konkurencji – tradycyjnie określane jako monopol [Stigler 1982]. Tworzenie modeli konkurencji staje się powszechnym narzędziem wnioskowania o jej możliwościach lub ograniczeniach w różnych warunkach. Zasadniczą kwestią w tym zadaniu jest konstrukcja adekwatnych do rzeczywistości i wewnętrznie spójnych modeli. Drugim sposobem wnioskowania o możliwościach konkurencji są analizy empiryczne lub statystyczne, które są w istocie rzeczy pochodnymi określonych modeli, chociaż niekiedy badacze nie uświadamiają sobie tego faktu. Badania empiryczne i statystyczne, wychodząc z określonego modelu, mogą jednak stać się ważną przyczyną budowania odmiennych modeli niż te, które zostały przyjęte wyjściowo do badań, odkrywając fakty, których one nie są w stanie wyjaśnić. Jak wiadomo jest to dobrze znana dyrektywa postępowania w metodologii, rozwijana przez K. Poppera, T. Kuhna i I. Lakatosa. Zgodnie z tą metodologią badawczą określone modele mogą się mieścić w paradygmacie, czyli ogólnym wzorcu rozumowania lub też wykraczać poza jego ramy, kreując nowy paradygmat [Noga 1993]. Na przykład, teoria agencji bada relacje pomiędzy pryncypałem a agentem, gdzie pryncypałem może być przedsiębiorstwo, a agentem jego dostawca lub odbiorca.

Podstawowym pojęciem tej teorii jest relacja agencji. Jest ona niejednoznacznie definiowana przez różnych autorów. Zgodnie z często cytowaną definicją relacja agencji to kontrakt, gdy jedna osoba posługuje się usługami innej osoby w celu wykonania jakiegoś zadania. Teoria agencji rozszerza pojęcie niepewności i ryzyka używane przez ekonomistów w latach sześćdziesiątych i wczesnych latach siedemdziesiątych. E.F. Fama i M.C. Jensen wykorzystali teorię agencji do określenia sytuacji organizacji firmy w momencie przekazania kontroli nad danymi procesami wyspecjalizowanej jednostce. Autorzy dowiedli, że firma-lider oraz jednostka wyspecjalizowana – decydują się na współpracę ze względu na korzyści wpływające ze specjalizacji, zdolności kontrolowania pojawiających się problemów oraz wspólnego ponoszenia ryzyka. Teoria ta uwypukla problem wynikający z niezgodności celów obu firm pociągających za sobą koszty. Kosztami agencji są między innymi koszty monitoringu, zarządzania organizacją, składowania itd. Do kosztów można również zaliczyć stratę wynikającą z rozwiązywania sytuacji konfliktowych przewyższających korzyści ze współpracy.

Taki kontrakt implikuje delegację uprawnień przez pryncypała do agenta – tak bowiem nazywają się strony stosunku agencji [Gorynia 2000]. Nieco

później ci sami autorzy rozszerzyli pojęcie agencji do wszelkich form kooperacji bez konieczności rozstrzygania, która ze stron kontraktu (relacji) agencji jest pryncypałem, a która agentem. Niekiedy wskazuje się więc, że terminy takie, jak stosunek agencji lub teoria agencji, wydają się zawężone; bardziej uzasadnione byłoby mówienie o stosunku kontraktowym i teorii kontraktów lub nawet o stosunku kooperacji i teorii kooperacji.

Aby wystąpił tzw. problem agencji, muszą być spełnione następujące warunki:

- 1) istnienie rozbieżności interesów pryncypała i agenta,
- 2) występowanie niepewności – ryzyka,
- 3) niedoskonała możliwość obserwacji zachowań agenta przez pryncypała,
- 4) występowanie kosztów zawarcia i realizacji kontraktu,
- 5) niekompletność kontraktów oraz asymetria informacyjna stron relacji agencji.

Głównym zadaniem teorii agencji jest wskazanie drogi partnerom kontraktu do uzyskania najwydajniejszego poziomu współpracy przy najniższym stopniu niepewności, niechęci do ryzyka i asymetrii informacyjnej [Logan 2000]

Oszacowanie kosztów agencji to przede wszystkim stwierdzenie, że [Logan 2000]:

- partnerzy powinni pracować nad dopasowaniem wspólnych celów i nad współpracą opartą na wspólnych zasobach oraz zachowaniach;
- wspólny sukces powinien być osiągnięty poprzez dzielenie się informacją i pomiarem wyników współpracy.

W procesie decyzyjnym w organizacjach wyróżnia się dwie grupy funkcji: funkcje decyzyjne obejmujące propozycje sposobu wykorzystania zasobów i wprowadzenie przyjętych postanowień w życie oraz funkcje kontrolne obejmujące akceptację propozycji wykorzystania zasobów i nadzór nad wykonaniem podjętych decyzji (ocena i nagradzanie lub karanie). Rozdzielenie funkcji własności powoduje wykształcenie się takich procesów decyzyjnych w organizacjach, że widoczne jest rozgraniczenie między funkcjami decyzyjnymi i funkcjami kontrolnymi. Natomiast połączenie funkcji decyzyjnych i kontrolnych w rękach ograniczonej liczby jednostek prowadzi do koncentracji tytułów własności w tych samych rękach. To implikuje do stwierdzenia, że teoria agencji odzwierciedla założenia radykalnego strukturalizmu.

Analizując zależności, np. w łańcuchu dostaw, który można uznać za myśl teorii agencji za organizacje złożone, bardziej racjonalne jest rozdzielenie funkcji własności, decyzyjnych i kontrolnych. Rozproszenie informacji wskazuje na celowość delegowania różnych uprawnień przez partnerów względem siebie w łańcuchu dostaw. Redukcja kosztów związana ze stosunkiem agencji

jest możliwa dzięki oddzieleniu funkcji decyzyjnych od funkcji kontrolnych. Funkcje decyzyjne w łańcuchach dostaw pozostawałyby w rękach koordynatorów, firm posiadających władzę gospodarczą względem innych partnerów, natomiast funkcje kontrolne mogłyby być przekazane wyspecjalizowanym firmom posiadającym unikatowe, specyficzne zasoby. Biorąc pod uwagę przydatność teorii agencji do wyjaśnienia funkcjonowania łańcuchów dostaw, należy wskazać, że mamy tu do czynienia z podstawowymi elementami paradygmatu sieciowego. Przez niektórych autorów teoria agencji ujmowana jest jako fragment teorii praw własności. Zgodnie z poglądem H. Demsetza [Demsetz 1978] prawa własności pozwalają każdemu podmiotowi indywidualnemu wiedzieć *a priori*, czego może racjonalnie oczekiwać od innych członków społeczeństwa. Tak jest w przypadku relacji firm w łańcuchach dostaw: firmy posiadające odpowiednie zasoby, często dostawcy specyficznych, unikatowych surowców czy półfabrykatów mogą narzucać innym członkom łańcucha dostaw swoje warunki. To wcale nie musi oznaczać sytuacji przejmowania przez dostawców kontroli i koordynacji całego łańcucha dostaw, lecz wypracowanie sobie jak najwyższego zysku z faktu zawierania kontraktów z firmami z tego, a nie innego, konkurencyjnego łańcucha dostaw należącego do tej samej branży.

W ramach teorii agencji, za pomocą modeli matematycznych, sformułowano kilka ważkich twierdzeń [Noga 1993]:

- Kiedy kontrakt pomiędzy pryncypałem a agentem ukierunkowany jest na wyniki, to jest bardziej prawdopodobne, że agent będzie działał w interesie pryncypała.
- Kiedy pryncypał ma informacje pozwalające na weryfikację zachowań agenta, to jest bardziej prawdopodobne, że agent będzie działał w interesie pryncypała.
- Systemy informacyjne są pozytywnie skorelowane z kontraktami skierowanymi na wyniki.
- Niepewność wyników jest pozytywnie skorelowana z kontraktami skierowanymi na wyniki.
- Awersja agenta do ryzyka jest negatywnie skorelowana z kontraktami skierowanymi na zachowania i pozytywnie skorelowana z kontraktami skierowanymi na wyniki.
- Konflikt celów pomiędzy pryncypałem a agentem jest negatywnie skorelowany z kontraktami skierowanymi na zachowania i pozytywnie skorelowany z kontraktami skierowanymi na wyniki.

Koszty w teorii agencji uwiadcniają silny związek z kosztami ponoszonymi w relacji dostawca – odbiorca. Przede wszystkim koszty utraconych korzyści

wynikających z rozwiązywania konfliktów, co jest równoznaczne z głównymi wątkami teoretycznymi nurtu krytycznego w zarządzaniu.

Większość współczesnych koncepcji ekonomii behawioralnej nie jest nowa [Polowczyk 2012]. Szkoły myśli ekonomicznej nie są jednoznaczne, część autorów nie odrzuca standardowego, użytecznego modelu *homo oeconomicus*, łącząc go z nowoczesnymi koncepcjami ekonomii behawioralnej.

Współczesna gospodarka wymusza jednak zmianę paradygmatu w naukach o zarządzaniu, część naukowców odchodzi od tradycyjnego podejścia *homo oeconomicus* w stronę podejścia człowieka emocjonalnego.

Ekonomia coraz częściej korzysta z badań naukowych na temat społecznych, poznawczych i emocjonalnych czynników, aby lepiej zrozumieć decyzje ekonomiczne podejmowane przez konsumentów, kredytobiorców i inwestorów, tworząc odrębną subdziedzinę zwaną ekonomią behawioralną [Szymusiak 2012]. Ekonomia, dopuszczając czynniki miękkie w analizach ekonomicznych, zmienia swoje podstawowe założenia, co przyczynia się do rozwoju ekonomii behawioralnej czy ekonomii menedżerskiej [Wach 2010]. Szybko na popularności zyskuje również tworząca się neuroekonomia, która jest dziedziną łączącą neurologię, psychologię i ekonomię. Zajmuje się ona psychofizjologicznym badaniem, w jaki sposób ludzie podejmują decyzje ekonomiczne, a ściślej – neurologiczną ocenę mózgu w procesie podejmowania decyzji ekonomicznych [Szymusiak 2012].

Coraz większe zainteresowanie problemem sieciowości w gospodarce skłania wielu naukowców do tworzenia nowego paradygmatu sieciowego. Paradygmat sieciowy jest pojęciem nowym, lecz coraz częściej używanym w literaturze przedmiotu. Wraz z rozwojem nowych koncepcji w ekonomii, jak i zarządzaniu nastąpiło wyparcie dotychczas stosowanej terminologii skupiającej się na podejściu systemowym, a następnie procesowym, właśnie w kierunku sieci. Prekursorem pojęcia „społeczeństwo sieci” jest M. Castells, który stwierdził, że przedsiębiorstwo sieciowe – to nowa forma organizacyjna charakterystyczna dla globalnej informacyjnej gospodarki, która wyłoniła się przez interakcję między kryzysem i zmianą a nowymi technologiami informacyjnymi. To szczególna forma przedsiębiorstwa, którego system środków tworzy się w punkcie przecięcia segmentów autonomicznych systemów celów. A zatem składniki sieci są autonomiczne i zależne względem sieci i mogą być elementami innych sieci. Przedsiębiorstwo sieciowe to wiele różnych powiązanych ze sobą przedsiębiorstw [Castells 2007].

Można powiedzieć, że mamy tu do czynienia z rewolucją naukową według T.S. Kuhna i jednocześnie pojęciem społeczeństwa otwartego według K. Poppera. Społeczeństwo otwarte potrafi dyskutować o wszystkich istotnych

faktach z życia polityczno-ekonomicznego i przyjmować różne punkty widzenia. Społeczeństwo takie testuje różne teorie częściowe i decyduje się często na wdrażanie niedoskonałych zmian mających jednak charakter przewidywalny i dający się potwierdzić w krótkich okresach. Teoria naukowa według K. Poppera jest jak „słup wbity w ruchomy piasek, na którym buduje się całą konstrukcję, gdy słup zgnije albo się zawali pod naporem faktów, trzeba go zastąpić nowym”.

Na gruncie nauki polskiej podejścia sieciowego należałoby najbardziej spodziewać się w obszarze subdyscypliny ekonomii zajmującej się międzynarodowymi stosunkami gospodarczymi. Jednakże w polskich publikacjach ani teoria wymiany międzynarodowej, ani teoria zagranicznych inwestycji bezpośrednich, ani teoria przedsiębiorstwa wielonarodowego nie włączyły na dobre sieci do swych paradygmatów. Szczególnie razi niedostatek podejścia sieciowego w teorii internacjonalizacji. Świadczy o tym także to, że nawet w najlepszych pracach z tej dziedziny podejście sieciowe określa się jako „nowe” [Ciesielski 2012].

„Można więc powiedzieć, że subdyscypliny zarządzania cechuje brak podejścia sieciowego względem własnych paradygmatów. Tak, więc trzeba koniecznie rozważyć korzyści łącznego podejścia, bo potencjalne efekty synergiczne są ogromne” [Ciesielski 2012]. Podstawowymi elementami paradygmatu sieciowego, bez względu na daną subdyscyplinę nauk o zarządzaniu, mogą być: zmienne, relacje przyczynowe, hipotezy, aktorzy i grupy, struktury władzy i interesy, opisy i studia, współzależności, ewolucja i rozwój w ujęciu przestrzennym i produktowym, konfiguracja i koordynacja.

Nauki o zarządzaniu czy nauki ekonomiczne mogą z jednej strony wykorzystywać dotychczas ustalone normy i zasady choćby dotyczące racjonalności podejmowania decyzji gospodarczych, z drugiej jednak strony nie mogą nie uwzględniać emocjonalności człowieka. W analizie zachowań ekonomicznych człowieka należy coraz częściej uwzględniać czynniki pozarynkowe, w tym szczególnie czynniki emocjonalne. To właśnie nauki o zarządzaniu najwcześniej przyjęły paradygmat o wpływie procesów poznawczych i emocjonalnych człowieka na jego ekonomiczne zachowanie i decyzje [Szymusiak 2012]. Przykładem teorii, która wskazuje, że istnieją mechanizmy, które powodują, że dokonywane przez jednostki wybory istotnie odbiegają od wzorców wynikających z oczekiwanej użyteczności, jest teoria perspektywy. D. Kahneman i A. Tversky przedstawili teorię perspektywy wyjaśniającą, w jaki sposób ludzie przypisują subiektywne wartości (użyteczności) obiektywnym wynikom dokonywanym przez siebie wyborów. W klasycznej teorii użyteczność w warunkach niepewności jest ważona przez prawdopodobieństwo wystąpienia lub jest sumą takich iloczynów częściowych. Naukowcy na podstawie

licznych eksperymentów opisali wiele klas problemów wyboru, w których preferencje podmiotów systematycznie naruszają aksjomaty teorii oczekiwanej użyteczności i proponują alternatywne podejście biorące pod uwagę wybór w warunkach ryzyka [Polowczyk 2012]. Twórcy teorii perspektywy odróżniają bardzo wyraźnie kształt funkcji wartości dla strat i dla zysków. W odróżnieniu od teorii oczekiwanej użyteczności, teoria perspektywy przewiduje, że preferencje decydentów będą zależały od tego, jak sformułowany zostanie problem. Jeśli punkt odniesienia dobierzemy tak, że wynik podjętej decyzji odczuwany będzie jako zysk, to decydent wykaże awersję do ryzyka. Jeśli natomiast punkt odniesienia ustawimy tak, że wynik podjętej decyzji odczuwany będzie jako strata, decydent wykaże skłonność do ryzyka (<http://www.surebety.pl/psychologia-zakladow,zachowanie-gracza.html>). To zjawisko opisane jest w literaturze, jako „apetyt na ryzyko”.

Zdolność postrzegania ryzyka z właściwą intuicją i zrozumieniem jest podstawowym czynnikiem umożliwiającym działanie w dzisiejszym otoczeniu biznesowym. Bez odpowiedniego rozpoznania i zrozumienia ryzyka trudno jest podejmować inicjatywy gospodarcze [Rudnicki i Słobosz 2008]. Fundamentalnym założeniem teorii perspektywy jest stwierdzenie, że kreatorem wartości są raczej zmiany w bogactwie niż ich stan obecny. To założenie jest kompatybilne z podstawowymi zasadami percepcji i osądów. Według teorii perspektywy ludzie (decydenci) podejmują dwie skrajne decyzje, przejawiając awersję do ryzyka, podejmując decyzję dotyczącą zysków (np. czy utrzymywać portfel akcji przynoszących zyski, czy może już je sprzedać) lub awersję do strat przejawiającą się podejmowaniem większego ryzyka. Podejście behawioralne uwidacznia w przeciwieństwie do klasycznego paradygmatu nauk ekonomicznych błędy i ułomności ludzkiego umysłu oraz wyjaśnia nieracjonalne zachowania przedsiębiorców wywołane zwiększającym się apetytem na ryzyko i chęcią wzbogacenia się, wręcz chciwością. Zgodnie z behawioralną teorią portfelową ludzie kierują się w inwestowaniu dwoma skrajnymi rodzajami emocji: strachem i chciwością. Strach powoduje, że konsumenci nie są skłonni inwestować w ryzykowne przedsięwzięcia. Natomiast chciwość sprawia, że przedsiębiorcy nie dywersyfikują swoich inwestycji pod kątem redukcji ryzyka, lecz akceptują niepewność swoich decyzji mamieni chęcią uzyskania wysokich zysków. Panujący kryzys gospodarczy jest efektem zbagatelizowania przez podmioty stojące na straży bezpieczeństwa systemu finansowego aspektów w ekonomii o podłożu psychologicznym. Teoria perspektywy uwidacznia niedoskonałości klasycznego paradygmatu nauk ekonomicznych i może być kolejnym dowodem na potrzebę kreowania nowych paradygmatów w zarządzaniu, w tym umownie przyjętego paradygmatu sieciowego.

Zakończenie

Przedstawione w artykule wybrane poglądy szkół ekonomicznych nie wyczerpują całości bogatej literatury zajmującej się naukami o zarządzaniu i stanowią jedynie propozycję rozważenia nowego problemu naukowego, jakim jest poszukiwanie odpowiedzi na pytanie zawarte w tytule opracowania: Czy istnieje potrzeba uściślenia dotychczas istniejących paradygmatów nauk o zarządzaniu, czy może bogactwo teorii, badań i nowych ujęć jest wartością pozwalającą na odejście od utartych wzorców?

Na podstawie przeprowadzonej analizy można stwierdzić, że wybrane poglądy szkół ekonomicznych nie odrzucają założeń paradygmatu neoklasycznego, w niektórych aspektach są względem niego komplementarne (np. maksymalizacja zysku). W tym kontekście trudno więc mówić o nowym paradygmacie, gdyż naukowcy musieliby zrezygnować (przyjmując pogląd T.S. Kuhna o odrzuceniu dotychczasowego paradygmatu) z dorobku ekonomii neoklasycznej. Jednak w wielu aspektach najnowsze osiągnięcia nauki i techniki zaprzeczają ideologii nurtu neoklasycznego i są względem niego konkurencyjne (brak równowagi rynkowej, zasada *mutatis mutandis*, oddzielenie własności od zarządzania, istnienie człowieka emocjonalnego).

Być może warto odnieść się do podejścia szkoły metodologicznej K. Poppera, szczególnie J. Watkina, który odrzucił klasyczny racjonalizm z jego dowodzeniem twierdzeń i weryfikacją. J. Watkins uważa, że najlepszą rzeczą, jaką można uczynić, mając jasno określony problem, jest przedłożyć jego hipotetyczne rozwiązanie, a potem krytycznie badać owe zaproponowane rozstrzygnięcie [Noga 2009]. Niepodważalną zaletą nauk o zarządzaniu, będących zdecydowanie bardziej dyscypliną praktyczną, jest dostarczanie pomysłów, jako hipotetycznych rozwiązań problemu. Pomysł teoretyczny jest akceptowany, dopóki nie zostanie sfalsyfikowany. Natomiast każdy udany pomysł biznesowy doprowadzający do powstania, sprawnego funkcjonowania i rozwoju organizacji ma swoją teorię szczegółową [Noga 2009]. Zadaniem naukowców jest dopasowanie wielu idiosynkratycznych teorii tak, aby były logicznie niesprzeczne z teorią podstawową. W krajach anglosaskich wysoki poziom specjalizacji wymusza koncentrowanie się na szczegółowych problemach badawczych, a przynależność do danej dyscypliny naukowej nie ma większego znaczenia. W Polsce zyskuje na znaczeniu dążenie do instytucjonalizacji oraz ścisłego podziału obszarów, dziedzin i dyscyplin naukowych, z którego miałyby wynikać tożsamość danej nauki [Sułkowski 2012]. Takie podejście powoduje, że bardzo wiele nowych pomysłów nie znajduje odzwierciedlenia w jakiegokolwiek dyscyplinie naukowej, a przecież przenikanie

się ekonomii neoklasycznej z nurtem behawioralnym wskazuje na zacieranie się granic pomiędzy poszczególnymi dyscyplinami.

Odnosząc powyższe rozważania do paradygmatów, można uznać, że przykładowo opisany paradygmat sieciowy mógłby być częstkowym paradygmatem wykraczającym poza ustalone reguły w ramach nurtu ekonomii neoklasycznej. Podając za M. Ciesielskim, „dyscypliny praktyczne w zasadzie nie mają odrębnych podstaw metodologicznych i własnych teorii. Niemniej – wbrew swej nazwie – wnoszą one niekiedy pewien wkład do metodologii, a w jeszcze większym zakresie do dorobku teoretycznego” [Ciesielski 2012].

Ponadto obecna nauka boryka się z występującymi różnicami kulturowymi i ideologicznymi, a także odmiennymi postawami w wielu dziedzinach badaczy polskich, chińskich czy amerykańskich.

Paradygmaty zarządzania to zespół założeń poznawczych dotyczących sposobów uprawiania danej dyscypliny naukowej podzielany przez większość przedstawicieli danej nauki lub przynajmniej przez znaczącą grupę badaczy tworzących szkołę naukową. Szkoła naukowa może stanowić instytucjonalne odzwierciedlenie paradygmatu w środowisku akademickim [Sułkowski 2012]. Niestety, obserwowane jest zjawisko „zamykania się badań i badaczy w ramach jednej subdyscypliny, co powoduje, że przepływy wiedzy są nieduże, a poziom integracji nie tylko nie wzrasta, ale maleje. Łamana jest zasada *primum non prodigere* (przede wszystkim nie marnować) [Ciesielski 2012]. Taka postawa nie przyczynia się pozytywnie do powstania większej liczby szkół naukowych w ramach jednej instytucji akademickiej, która mogłaby być odzwierciedleniem nowych paradygmatów w naukach o zarządzaniu.

Bibliografia

- Burrell, G., Morgan, G., 1979, *Sociological Paradigms and Organizational Analysis: Elements of the Sociology of a Corporate Life*, Heinemann, London.
- Castells, M., 2007, *Społeczeństwo sieci*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Ciesielski, M., 2012 *Magia słowa w subdyscyplinach nauk o zarządzaniu*, Przegląd Organizacji, nr 5.
- Demsetz H., 1978, *Industry Structure, Market Rivalry and Public Policy*, Journal of Law and Economics, vol. 16, no. 1.
- Gorynia, M., 2000, *Zachowania przedsiębiorstw w okresie transformacji. Mikroekonomia przejścia*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Poznań.

- Groonross, Ch., 1996, *Relationship Marketing: Strategic and Tactical Implications*, Management Decision, vol. 34, no. 3.
- Logan, M.S., 2000, *Using Agency Theory to Design Successful Outsourcing Relationships*, The International Journal of Logistics Management, vol. 11, no. 2.
- Noga, A., 1993, *Dominacja a efektywna konkurencja*, Szkoła Główna Handlowa, Warszawa.
- Noga, A., 1993, *Dominacja a efektywna konkurencja*, Szkoła Główna Handlowa, Warszawa.
- Noga, A., 2009, *Teorie przedsiębiorstw*, PWE, Warszawa.
- Polowczyk, J., 2012, *Zarządzanie strategiczne w przedsiębiorstwie w ujęciu behawioralnym*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, Poznań.
- Rudnicki, R., Słobosz, J., 2008, *Zintegrowane zarządzanie ryzykiem – luksus czy konieczność*, Risk Management Consulting.
- Stigler, G.J., 1982, *The Economists and the Problem of Monopoly*, American Economic Review, May.
- Sułkowski, Ł., 2012, *Epistemologia i metodologia zarządzania*, PWE, Warszawa.
- Szymusiak, H., 2012, *Neurobiologiczne techniki stosowane w biznesie*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, Poznań.
- Wach, K., 2010, *Od człowieka racjonalnego do emocjonalnego. Zmiana paradygmatu nauk ekonomicznych*, MPRA Paper, nr 31610 <http://mpra.ub.uni-muenchen.de/31610/> [dostęp: grudzień 2015].
- Williamson, O.E., 1985, *The Economic Institutions of Capitalism. Firms, Markets, Relational Contracting*, The Free Press, New York.