

THE ROLE OF AUTHORITY IN THE MODERN ECONOMY ROLA AUTORYTETÓW WE WSPÓŁCZESNEJ GOSPODARCE

Bożenna Barbachowska

Wyższa Szkoła Gospodarki Euroregionalnej
im. Alcide De Gasperi w Józefowie
bbarbachowska@wp.pl

ABSTRACTS

In the knowledge-based economy, the human capital matters, which largely affects on the functioning of every organization. Therefore, today's organizations report the need for adequately educated people with more and more skills and specific values. In the formation of human resources an important role plays authorities that indicate the right way, inspire to action and to new challenges.

This paper presents the requirements for a modern economy, society and the role of leadership in shaping the appropriate attitudes and behaviors of employees. It also discusses the results of research presenting the opinion of the respondents concerning the importance of certain skills and socially desirable values in achieving professional success in the modern economy. Respondents also expressed their opinions with regard to the possession of the authority in economic matters.

W gospodarce opartej na wiedzy duże znaczenie odgrywa kapitał ludzki, który w dużym stopniu wpływa na funkcjonowanie każdej organizacji. Dlatego też współczesne organizacje zgłaszają zapotrzebowanie na odpowiednio wykształconych ludzi, posiadających coraz większe umiejętności i określone wartości. W kształtowaniu zasobów ludzkich dużą rolę odgrywają autorytety, które wskazują właściwą drogę, inspirują do działania i do nowych wyzwań.

W artykule przedstawiono wymagania stawiane społeczeństwu przez współczesną gospodarkę oraz rolę przywódcy w kształtowaniu odpowiednich postaw i zachowań pracowników. Omówiono również wyniki badań własnych, przedstawiające opinię badanych, dotyczącą znaczenia określonych umiejętności i pożądaných społecznie wartości w osiągnięciu sukcesu

zawodowego we współczesnej gospodarce. Respondenci wyrażali również swoje opinie odnośnie posiadania autorytetu w kwestiach gospodarczych.

KEY WORDS:

authority, leader, values, skills.

autorytet, przywódca, wartości, umiejętności

WSTĘP

Współczesna gospodarka stawia przed społeczeństwem coraz większe wyzwania. Wynika to z jednej strony z dynamicznie dokonujących się zmian, wzrostu konkurencji, z drugiej zaś z ogromnej liczby innowacyjnych rozwiązań we wszystkich obszarach działalności człowieka. Rodzi to zapotrzebowanie na ludzi o bogatej wiedzy, kreatywnych, posiadających odpowiednie wartości, pożądane cechy osobowości, czy też dysponujących określonymi umiejętnościami. To zaś z kolei pociąga za sobą konieczność posiadania autorytetów, które pomogłyby każdemu człowiekowi rozwijać się w odpowiednim kierunku. W artykule poruszono problematykę wymagań stawianych społeczeństwu przez współczesną gospodarkę, podkreślając znaczenie autorytetów w kształtowaniu pożądanych cech i wartości. Starano się również odpowiedzieć na pytanie, kto może być współcześnie autorytetem dla społeczeństwa oraz jakie wartości, cechy osobowości oraz umiejętności są ważne z punktu widzenia gospodarki i jej rozwoju.

Istota autorytetu w kontekście wymagań współczesnej gospodarki

Marzeniem każdego społeczeństwa jest posiadanie prężnie funkcjonującej gospodarki, stwarzającej odpowiednie warunki do godnego i dostatecznego życia dla każdego człowieka. Powoduje to konieczność analizy czynników mających szczególny wpływ na rozwój gospodarczy. Problematyka ta od wielu lat jest przedmiotem zainteresowania nie tylko ekonomistów, ale również naukowców innych nauk społecznych, którzy identyfikują i badają te czynniki. Wśród wielu wymienianych w literaturze przedmiotu czynników wzrostu gospodarczego jednymi z najważniejszych są nakłady pracy, nakłady kapitału oraz technika produkcji, którą możemy scharakteryzować za pomocą dwóch wielkości: wydajności pracy na jednego zatrudnionego i kapitałochłonności. Poziom wydajności pracy zależy od poziomu kapitałochłonności, ale możliwy jest przyrost wydajności pracy bez zmiany kapitałochłonności wówczas, gdy mamy do czynienia z postępem technicznym (Milewski, (red.) 1997, s. 209; 212). Możliwości związa-

ne z efektywnym wykorzystaniem tych czynników w dużym stopniu zależą jednak od zasobów siły roboczej oraz możliwości ich wykorzystania i rozwoju. Obecnie ludzie, ich wiedza, zdolności, umiejętności i zaangażowanie stanowią jeden z najważniejszych zasobów każdej organizacji. Kapitał intelektualny ludzi ma bowiem wpływ na rozwój pozostałych elementów kapitału intelektualnego. Sytuacja ta powoduje, że we współczesnym świecie coraz bardziej docenia się rolę zasobów ludzkich w budowaniu przężnej gospodarki, a od każdego uczestnika życia gospodarczego oczekuje się wyjątkowego zaangażowania, posiadania pożądanych społecznie wartości oraz umiejętności, pozwalających na efektywną realizację przyjmowanych przez niego zadań.

Nasuwa się przy tym pytanie, jakie wymagania są stawiane przed każdym człowiekiem, aby w efektywny sposób mógł on uczestniczyć w życiu gospodarczym i osiągnąć sukces zawodowy; w którym momencie życia należy kształtować odpowiednie postawy, rozwijać pożądane umiejętności, przekazywać odpowiednią wiedzę. Ważne jest ustalenie, czy istnieje jakaś współzależność między systemem wartości każdego człowieka, jego cechami osobowości i umiejętnościami a skutecznością jego działania. Należy również wyraźnie określić, kto ma odpowiadać za procesy związane z rozwojem każdego człowieka i jaka jest rola autorytetów w budowaniu społeczeństwa wiedzy.

Na postawione pytania nie ma jasnej i jednoznacznej odpowiedzi, gdyż warunkują ją rozliczne czynniki natury ekonomicznej, społecznej, uzależnione jest to również od okoliczności historycznych.

Z jednej strony wymagania stawiane ludziom określane są przez organizacje gospodarcze, które ciągle muszą dostosowywać się do zmieniających warunków ich funkcjonowania. One regulują zakres umiejętności, którymi muszą dysponować zatrudnieni, a także ustalają systemy wartości, które są elementem ich kultury organizacyjnej i muszą być respektowane przez pracowników. Z drugiej – zapotrzebowanie na ludzi posiadających wysoki system wartości moralnych widoczne jest w sferze polityki społecznej, gdzie potrzeba osób o nieskazitelnej postawie, umiających tworzyć instytucjonalne ramy niezbędne do harmonijnego funkcjonowania gospodarki.

Na szczególną uwagę zasługują wartości człowieka, które determinują jego działania, a w niektórych sytuacjach mogą być siłą napędową podejmowanych wyzwań. Hierarchia wartości kształtuje się w toku rozwoju, pod wpływem życiowych doświadczeń. Przez wpływ na codzienne

wybory i wartości nie tylko ukierunkowują rozwój człowieka, nadają mu własny, niepowtarzalny styl, lecz także są pożądanymi układami orientacji i mechanizmami regulującymi zachowanie (Mesjasz, s. 91). Wartości motywują, organizują i określają punkt widzenia i aktywność osoby, ale są również źródłem emocji, ponieważ uczestniczą w procesie oceniania rzeczywistości, są w stanie zaspokoić ludzkie potrzeby, służą twórczemu rozwojowi, nadają życiu sens i określają perspektywę (Mariański 1990, za: Mesjasz, 2006, s. 91).

Dużą rolę w kształtowaniu odpowiednich wartości i postaw w społeczeństwie odgrywają autorytety. Mogą one pełnić role drogowskazów, kształtować pozytywne wartości, postawy, przekonania, zachęcać do własnego rozwoju i pobudzać do podejmowania wyzwań.

Autorytet (w języku łacińskim oznaczający poważanie, wpływ osobisty, przywództwo, władzę) to prestiż, powaga, wpływ, znaczenie, mir, arbiter, znawca, wyrocznia. To kategoria opisująca relację dominacji w stosunkach społecznych, w której jedna z osób lub grup uznaje zwierzchność, powagę, kompetencje drugiej. Odnosi się do niej z respektem, szacunkiem, akcentując – często bezkrytycznie – sądy i postawy emotywno-dążeniowe (Karpiński, 2007, s. 38).

W Małym Słowniku Języka Polskiego autorytet definiowany jest jako ogólnie uznana powaga, wpływ, znaczenie, przewaga, mir (1994, s. 28). Autorytetem może być również człowiek, instytucja, itp., cieszące się w jakiejś dziedzinie lub w opinii pewnych ludzi szczególnym poważaniem, uznaniem (1995, Słownik Wyrazów Obcych, s. 95).

Autorytet można definiować również jako rodzaj władzy, której poleceniom rządzeni podporządkowują się nie pod wpływem przymusu, lecz z racji przekonania, że jest ona w różny sposób usankcjonowana i uprawniona, co daje jej swoisty rodzaj legitymizacji (Olechnicki, Załęcki, 1997, s. 25). M. Weber wyróżnił trzy rodzaje autorytetów:

- autorytet charyzmatyczny – oparty na charyzmie, przekonaniu, że rządzący wyróżnia się jakimiś wyjątkowymi, unikalnymi cechami: niezwykłą osobowością, szczególnym bohaterstwem, świętością;
- autorytet legalny – opiera się na przekonaniu, że rządzący sprawują swoją władzę na mocy formalnych, spisanych i obowiązujących wszystkich obywateli praw, wzorów, reguł normatywnych czy jawnych procedur;
- autorytet tradycyjny, opiera się na przekonaniu, że osoba rządząca ma naturalne, wynikające ze „świętej” tradycji prawo do panowania, dane

jej od Boga lub odziedziczone po przodkach (Olechnicki, Załęcki, 1997, s. 25).

Niezależnie od tego, jak jest definiowane słowo autorytet, to niewątpliwie ma on niepodważalny wpływ na kształtowanie postaw, wartości i zachowań społeczeństwa.

W różnych etapach życia człowieka autorytetami mogą być inne osoby, czy instytucje. Dla małego dziecka autorytetem mogą być rodzice, koledzy i koleżanki, czy postacie z bajek i filmów. W okresie szkolnym dużym autorytetem mogą stać się nauczyciele i wychowawcy, natomiast w okresie aktywności zawodowej wpływ na zachowania osób zatrudnionych mają menedżerowie, szczególnie ci wykazujący cechy przywódców. Autorytetem mogą być również osoby życia publicznego: politycy, duchowni, naukowcy.

W gospodarce rolę autorytetu może zatem pełnić wiele osób i instytucji, ale ważne jest, aby ludzie wybierali tych właściwych. Od tego, jakie autorytety zostaną zaakceptowane przez społeczeństwo, będzie zależał jego rozwój. Warunkiem posiadania w przyszłości dobrze funkcjonującej gospodarki jest nakierowanie zainteresowania ludzi na odpowiednie autorytety, które będą propagowały wartości pożądane przez gospodarkę. Jeżeli chcemy posiadać sprawnie działające organizacje, już od najmłodszych lat, oprócz cech pożądanych społecznie, powinno się kształtować postawy gospodarcze, uczyć zachowań, które w przyszłości zaowocują wychowaniem przedsiębiorczego, odpowiedzialnego człowieka. Należy wsłuchiwać się w głos gospodarki, umieć zauważać stawiane przez nią wymagania i na tej podstawie konstruować programy wychowania i kształcenia dostosowane do współczesnych warunków.

WYMAGANIA STAWIANE SPOŁECZEŃSTWU WE WSPÓŁCZESNEJ GOSPODARCE

Gospodarka XXI wieku, oparta na wiedzy i innowacjach, stwarza zapotrzebowanie na pracowników odpowiednio przygotowanych do pełnienia swoich ról społecznych. Ze względu na zróżnicowanie tych ról wymagania stawiane różnym osobom mogą być nieco odmienne. Niemniej jednak wszyscy uczestnicy współczesnego życia gospodarczego powinni posiadać pewien zestaw cech, przekonań, wartości dostosowany do aktualnych potrzeb. Potrzeby te wynikają z uwarunkowań funkcjonowania współczesnych przedsiębiorstw (Breński, 2008).

Jedną z istotnych cech, która powinna charakteryzować ludzi, jest

przedsiębiorczość – we współczesnej gospodarce rośnie zapotrzebowanie na ludzi przedsiębiorczych. Jak podkreśla C. Schramm, świat potrzebuje ich coraz więcej, to dzięki nim innowacje stają się rzeczywistością. Znacznie przerzedzone szeregi przedsiębiorców oznaczają porażkę całego społeczeństwa, zwłaszcza, że wiedzy i umiejętności dobrego przedsiębiorcy można z powodzeniem uczyć (2013, s. 26). Ludzie przedsiębiorczy nie tkwią w marazmie, beczynności czy biedzie, lecz szukają dróg wyjścia z trudnej sytuacji. Podejmując działalność gospodarczą, rozwiązują nie tylko swoje problemy, ale dodatkowo stwarzają miejsca pracy dla innych. Przykłady osób, którym dzięki ogromnej pracy, determinacji i wysiłkowi udało się osiągnąć sukces, można mnożyć.

Jednym z warunków rozwoju przedsiębiorczości jest posiadanie wiedzy. Jak podkreśla G. Kołodko, kto wie więcej, ten w przyszłości będzie miał więcej – albo nie mniej, lecz niższym kosztem dla środowiska i dysponując większymi zasobami wolnego czasu, który można wykorzystać na cieszenie się życiem (2013, s. 321). Znaczenie wiedzy wzrasta nie tylko dla pojedynczego człowieka, lecz również dla przedsiębiorstwa i całej gospodarki. Człowiek dysponujący wiedzą jest specjalistą w swojej dziedzinie, ma bogatsze horyzonty myślowe, mniej boi się wyzwań oraz posiada więcej możliwości rozwiązań pojawiających się problemów.

Wiedza stanowi też obecnie strategiczny zasób przedsiębiorstwa (Głuszek, 2004, s. 235). Zgodnie z poglądami P. Druckera wiedza i efektywne wykorzystanie informacji stają się głównymi czynnikami podnoszenia produktywności. Stanowią tym samym najważniejszy zasób w procesie tworzenia bogactwa, główne źródło przewag komparatywnych i międzynarodowej konkurencyjności kraju (Drucker, 1999, s. 22-60, 148-156). Firmy, które nie zarządzają w odpowiedni sposób wiedzą, nie nadążają za zachodzącymi zmianami oraz nie wprowadzają innowacyjnych rozwiązań, nie mają szans przetrwania na współczesnym konkurencyjnym rynku. Jednocześnie należy zwrócić uwagę, że jednym z najważniejszych wyzwań wobec którego stoją systemy edukacyjne poszczególnych krajów, jest wysokie tempo deprecjacji wiedzy nabytej w trakcie formalnej edukacji (Balcerzak, 2009, s. 8). Warunkiem radzenia sobie z tym problemem jest nieprzerwana kontynuacja procesu nauki.

Posiadanie wiedzy jest również warunkiem wprowadzania innowacji, bez których nie może być mowy o rozwoju gospodarczym. Innowacyjność to obecnie najważniejszy motor rozwoju gospodarki nie tylko w Polsce, ale i na całym świecie. Jest to specyficzna forma przedsiębiorczości, która

wyraża się w ciągłym poszukiwaniu użycia nowych kombinacji czynników wytwórczych dla osiągnięcia i pomnożenia kapitału, a głównie zysku (Grudzewski, Hajduk, 2004, s. 16). Tylko odpowiednio wykształcone społeczeństwo ma właściwy potencjał do wprowadzania innowacji.

Szczególne wymagania dotyczące zasobów siły roboczej stawiane są przez współczesne przedsiębiorstwa, w których sukces często zależy od stopnia wykorzystania kapitału intelektualnego zatrudnionych w nich ludzi. Zapotrzebowanie to wynika ze skomplikowanych i zmieniających się warunków działania przedsiębiorstw, zmian standardów i zasad ich funkcjonowania oraz ze zmieniającej się wizji działania przedsiębiorstw w przyszłości. Aby przedsiębiorstwo utrzymało się na konkurencyjnym rynku, musi nie tylko dostrzegać znaczenie kapitału intelektualnego, ale również odpowiednio rozwijać go w pożądanym kierunku i dostosowywać do wymagań stawianych przez przedsiębiorstwa przyszłości.

W przedstawionych w literaturze przedmiotu wizjach przedsiębiorstw XXI wieku prezentowane są wymagania stawiane współczesnym przedsiębiorstwom. P. Drucker, tworząc wizję przedsiębiorstwa XXI wieku, określa je jako organizację:

- elastyczną, czyli zdolną do przystosowania się do potrzeb;
- dynamiczną, nieustannie modyfikującą swoją strategię działania oraz sieci zewnętrznych i wewnętrznych powiązań;
- wielozadaniową, realizującą obok podstawowego celu ekonomicznego wiele zadań w obszarze politycznym, społecznym, moralnym;
- zorientowaną na naukę, poszukującą i przetwarzającą informacje, tworzącą nową wiedzę, wykorzystywaną do kreowania innowacyjnych pomysłów;
- zarządzającą wiedzą, uznającą intelektualny potencjał pracowników za podstawę sukcesu oraz stwarzającą warunki transferu wiedzy w organizacji;
- nastawioną na satysfakcję klientów, zarówno wewnętrznych jak i zewnętrznych;
- otwartą i zdolną do zmian, nastawioną pozytywnie do konieczności dokonywania zmian, dostrzegającą w nich bardziej szanse niż zagrożenia (1995, s. 15).

Współczesne przedsiębiorstwa muszą wypracować własny, niepowtarzalny model kultury organizacyjnej, ułatwiającej realizację przyjętego

modelu biznesowego. Ch. Zook, wypowiadając się na temat warunków, jakie muszą zostać spełnione, by firma wypracowała trwały, niepowtarzalny model biznesowy, podkreśla, że powtarzalne modele cechuje m.in. wspólne zrozumienie przez zarząd i pracowników wartości firmy i najważniejszych kryteriów, zwanych żelaznymi zasadami, stosowanych w podejmowaniu decyzji. Kolejnym warunkiem jest zdolność nieustannego uczenia się oraz umiejętność dostosowywania się do zmian rynku. Jego zdaniem przeprowadzone badania pozwoliły wyciągnąć wnioski, że firmy o najlepszych wynikach postrzegały systemy uczenia się i pozyskiwania informacji zwrotnej jako przewagę konkurencyjną w porównaniu z firmami o najgorszych wynikach. Przedsiębiorstwa o najlepszych wynikach często miały dobrze rozwinięte systemy wprowadzania stałych ulepszeń w całej organizacji (2013, s. 12).

Warunki, jakie powinna spełniać organizacja przyszłości, zostały również określone przez R.S. Kaplana oraz D. P. Nortona, którzy opracowali je dla potrzeb zaprojektowania Strategicznej Karty Wyników. Ich zdaniem organizacje przyszłości musi cechować:

- interdyscyplinarność,
- powiązania z dostawcami i odbiorcami,
- segmentacja klientów,
- globalna skala działania,
- nowatorstwo i innowacyjność,
- wyształcony personel (Kaplan, Norton, 2001, s. 23-26).

Ważnym aspektem funkcjonowania współczesnych organizacji jest dbałość o jakość we wszystkich obszarach ich działania. Sukces firmy na konkurencyjnym rynku będzie zależał często od tego, czy jakość jest elementem jej strategii. Jedną z przełomowych koncepcji, która powinna być uwzględniana w działaniach podejmowanych przez firmy, jest TQM (Total Quality Management) – droga do doskonałości. Wybór jej oznacza z jednej strony podjęcie wyzwania do wykorzystania całego dorobku współczesnej cywilizacji, najnowszych metod i narzędzi zarządzania, z drugiej zaś strony to czerpanie wiedzy z ludzkich doświadczeń i mądrości. To powrót do podstawowych wartości: pracy rzetelnej, szacunku dla współpracowników i otoczenia, solidarności i oddania, prawdziwego upodmiotowienia wszystkich zatrudnionych (Karaszewski, 2001, s. 11).

Ważnym aspektem działania współczesnych organizacji jest nie tylko dbałość o rozwój własnych przedsiębiorstw i generowanie zysku, ale też

ponoszenie przez nich społecznej odpowiedzialności za prowadzoną przez siebie działalność gospodarczą oraz za jej konsekwencje dla społeczeństwa i środowiska naturalnego. Coraz częściej podkreśla się, że przedsiębiorstwa powinny angażować się w działania propagujące społeczną odpowiedzialność biznesu. Odpowiedzialność społeczna to zestaw zobowiązań organizacji do ochrony i umacniania społecznego kontekstu, w którym funkcjonuje (Griffin, 2004, s. 117). Wyrazem społecznej odpowiedzialności jest szczególna dbałość o środowisko naturalne. Dlatego znaczenie społecznej odpowiedzialności biznesu powinno być elementem świadomości wszystkich pracowników, a szczególnie kadry zarządzającej.

Współczesny świat, stawiający przed społeczeństwem coraz więcej zadań, wymaga, aby każdy człowiek teraz i w przyszłości nauczył się efektywnie gospodarować czasem, nie tylko swoim, ale również innych. Pozwoli to nie tylko na harmonijną, właściwie zaplanowaną pracę, ale również na odpoczynek, który jest niezbędny do zregenerowania sił.

Przytoczone wybrane wymagania stawiane współczesnym przedsiębiorstwom pociągają za sobą konieczność postawienia odpowiednich wymagań całemu społeczeństwu. Jednym z najważniejszych obecnie zadań jest odpowiednie kształcenie ludzi, gdyż współczesna gospodarka wymaga nie tylko posiadania dużej wiedzy, ale i ciągłego jej aktualizowania. Właściwą edukację należy zacząć już od najmłodszych lat, przy czym proces ten powinien trwać przez całe życie. Szczególne znaczenie ma współpraca uczelni z biznesem.

Jak podkreśla B. Sitek, uczelnie mają prowadzić nie tylko dydaktykę i podstawowe badania

naukowe, ale również badania stosowane, badania przemysłowe, prace rozwojowe i działalność upowszechniającą naukę. Konieczne jest łączenie dydaktyki i badań naukowych z innowacyjną gospodarką, np. poprzez tworzenie klasterów edukacyjnych, w skład których mogą wchodzić nie tylko uczelnie wyższe, ale także przedsiębiorstwa i inne jednostki z otoczenia nauki (Sitek, 2011, s. 16).

Należy kształcić ludzi w sposób odpowiedzialny, tak by mogli oni nie tylko sprostać stawianym przez gospodarkę wymaganiom, ale by wnosili do niej nowe, cenne wartości.

PRZYWÓDCA ORGANIZACJI JAKO AUTORYTET

Od wieków przywódcy odgrywali i nadal odgrywają znaczącą rolę w kształtowaniu zachowań i postaw podążających za nimi ludzi. Przysłowie chińskie mówi, że „nie krzyk, ale lot dzikiej kaczki sprawia, że stado wzbija się za nią w powietrze” (Adair, 2000, s. 57).

Przywództwo to umiejętność jednostki do wywierania wpływu, motywowania oraz umożliwiania innym przyczynianie się do efektywności i sukcesu organizacji, której są członkami (Den Hartog i in. 1997; [za:] Mączyński (2006, s. 78). J. Adair podkreśla, że mówiąc o przywództwie nie powinniśmy nigdy zapominać o pierwotnym wizerunku lidera jako człowieka, który wskazuje drogę naprzód, utrzymuje ludzi w ramach grupy, a także przykładem i słowem zachęca jednostki do dalszej wędrówki, bez względu na trudności i niebezpieczeństwa (Adair, 2000, s. 58). W literaturze przedmiotu podkreśla się, że przywódca to osoba, która potrafi zrezygnować z własnych ambicji, własnej chciwości i dać innym możliwość wprowadzenia najbardziej ambitnych pomysłów. Sztuka przywództwa polega na budowaniu relacji między ludźmi i, co trudniejsze, pielęgnowaniu ich (Gliński, Kuc, Fołtyn, 2000, s. 162).

Mimo wielu prowadzonych badań, nie udało się dokładnie wyjaśnić fenomenu przywództwa. Nie ma też zbioru uniwersalnych cech i umiejętności właściwych przywódcom. Opracowywane teorie cech kierowniczych są bardzo zróżnicowane, niemniej jednak uwzględniają one pożądane zachowania, konieczne do pełnienia różnych ról kierowniczych (Barbachowska, 2007, s. 93). Są one istotne, gdyż często są wyznacznikiem autorytetu dla szeregowych pracowników, podziwiających przywódców za prezentowane ważne społecznie wartości czy posiadane umiejętności.

Przedstawiana w literaturze przedmiotu lista cech liderów jest bardzo długa. H. Steinmann i G. Schreyögg do cech kierowniczych zaliczają: ufność w siebie, zdolność do podejmowania prawidłowych decyzji, siłę woli, rozległą wiedzę, siłę przekonywania, samowystarczalność, inteligencję (1998, s. 285). K. Oblój natomiast do najpopularniejszych cech osobowościowych lidera zalicza: pewność siebie, ambicje, orientację na osiągnięcia i sukces, asertywność (zdolność do dominacji nad innymi), tolerancję na stres, upór i stanowczość, inteligencję, odwagę (1994, s. 118). Z kolei J. Penc wymienia dość długą, ale ciekawą listę pozytywnych cech przypisywanych „wzorcowemu” menedżerowi, z których najważniejszymi są:

- wysokie kwalifikacje zawodowe (doskonały specjalista),

- wiedza psychologiczna i zdolności organizacyjne,
- umiejętność komunikowania się i rozumienia ludzi, uznanie dla ich poczucia wartości i osobistego znaczenia,
- poczucie odpowiedzialności społecznej i zmysł pracy zespołowej, stwarzanie pozytywnej motywacji do pracy i dbałość o właściwą atmosferę pracy,
- bezpośrednio, odważne angażowanie się w problemy, gotowość do ponoszenia ryzyka i odpowiedzialności,
- dbałość o wspólne interesy i uznane wartości, poczucie wspólnoty przy rozwiązywaniu problemów,
- umiejętność kalkulacji i analizowania poziomu ryzyka (ryzyko antycypowane i kontrolowane), poszukiwanie szans i szybkiego reagowania na pojawiające się okazje,
- cierpliwość, wytrwałość i upór w dążeniu do osiągnięcia wytyczonych celów,
- zdolność do działania pod naciskami społecznymi, utrzymanie sprawności w sytuacjach pełnych napięć i świadomość granic własnych możliwości (odporność na frustracje i obciążenia psychiczne),
- uczciwe załatwianie spraw z innymi partnerami (uczciwość i wiarygodność poczynań), tworzenie atmosfery szczerości i otwartości, uprzejmość, wyrozumiałość i jasne wyrażanie swoich myśli; poczucie własnej wartości, pewność siebie, przedsiębiorcze myślenie, zdolność przewidywania i przekonywania, umiejętność godzenia racjonalności z intuicją,
- posiadanie wizji rozwoju przedsiębiorstwa i rozumienie konieczności zmian jako postawy kreatywnych i zyskownych działań oraz łączenie zagadnień bieżących z perspektywicznymi,
- odczuwanie potrzeby uzupełnienia zdobytej już wiedzy, rozszerzania praktycznych umiejętności kierowniczych i dążenia do osiągnięcia wysokiego poziomu profesjonalizmu. (1996, s. 75-76).

Przytaczane cechy przywódców mogą kształtować zachowania wielu ludzi, wskazywać kierunek, w którym powinni oni podążać, wyzwać potrzeby rozwoju, osiągnięć i nowych wyzwań – co zwiększa efektywność działania całych zespołów pracowników. P. Drucker uważa, że skuteczny menedżer dobywa produktywności z sił ludzkich, wie, że nie można budować na słabościach. Żeby coś osiągnąć, trzeba spożytkować cały dostępny

zasób sił – kolegów, przełożonych i swoich podwładnych (Drucker, 2009, s. 105). Zadaniem współczesnych przywódców jest więc umiejętność wykorzystania potencjału wszystkich uczestników organizacji. G. Hamel i B. Breen podkreślają, że w nowoczesnym zarządzaniu musimy nauczyć się koordynować pracę tysięcy jednostek bez obciążania ich hierarchią nadzorów oraz bacznej kontroli kosztów bez ograniczania ludzkiej wyobraźni. Ich zdaniem musimy także tworzyć organizacje, w których dyscyplina i swoboda nie muszą się nawzajem wykluczać (2008, s. 24).

Warunkiem pozytywnego oddziaływania przywódców na pracowników jest konieczność uznania i akceptacji przez nich ich poczynań. Posiadanie tylko formalnego autorytetu nie zawsze przynosi pozytywne efekty. Jak zaznaczają J. Leon i J. Frąckiewicz, wyrazem przewodzenia jest autorytet zaakceptowania, nawet gdy przywódca nie jest formalnym kierownikiem (2000, s. 205).

W praktyce gospodarczej można znaleźć wiele autorytetów o nieocznionym wkładzie w rozwój gospodarczy. Jednym z nich jest E. Deming, amerykański konsultant w zakresie kontroli i sterowania jakością, który odegrał wybitną rolę w jakościowych osiągnięciach Japonii (zob.: Kindlarski. 1996, s. 8-13). W latach 1941-1945 przedstawił on swoją metodę uzyskiwania wysokiej jakości i efektywności produkcji, możliwą do stosowania w każdym przemyśle i w każdych warunkach. Amerykanie nie przyjęli jednak tej koncepcji. W tym czasie gospodarka japońska znajdowała się w bardzo złym stanie, kraj był podbity, a przemysł zrujnowany. Zatem 1950 r. Japoński Związek Naukowców i Inżynierów zaprosił E. Deminaga do Japonii w celu przedstawienia problemu sterowania jakością. E. Deming przedstawił czterdziestu pięciu wysokiej rangi przemysłowcom swoją koncepcję i metody uzyskiwania wysokiej jakości i zapewnił, że jeżeli zostanie zrealizowana, Japonia w przeciągu 5 lat stanie się ważnym partnerem w handlu międzynarodowym. Był to bardzo ważny moment, zasadniczo decydujący o dalszych losach gospodarki japońskiej. Już po sześciu tygodniach niektórzy przemysłowcy odnotowali o 30% większe zyski bez kupna jakiegokolwiek nowego wyposażenia, a wkrótce zauważono powszechnie pojawiające się korzystne efekty (zob. Kindlarski. 1996, s. 12).

Przedstawiony przykład, ukazujący wpływ zaproponowanych nowych koncepcji naukowca na gospodarkę japońską, wskazuje, jak wielkie znaczenie może mieć właściwy autorytet dla praktyki gospodarczej. Nie zawsze ten wpływ musi być tak duży i obejmować tak znaczny zakres, jak

w przedstawionym przykładzie. Można dochodzić do wzrostu efektywności mniejszymi krokami, należy jedynie mieć świadomość znaczenia wiedzy, innowacji w procesach gospodarczych, dokonywać właściwych wyborów i podążać za prawdziwymi i wartościowymi autorytetami.

AUTORYTET W KWESTIACH GOSPODARCZYCH W ŚWIETLE BADAŃ WŁASNYCH

Analizując problematykę roli autorytetów w gospodarce, przeprowadzono badania ankietowe, w których udział wzięły 102 osoby, z czego 54% stanowiły kobiety, a 46% mężczyźni. Spośród badanych 21% osób było w wieku 18-25 lat, 34% w wieku 26-35 lat. W przedziale wiekowym od 36 do 45 lat było 32% osób, natomiast w wieku powyżej 45 lat – 13%.

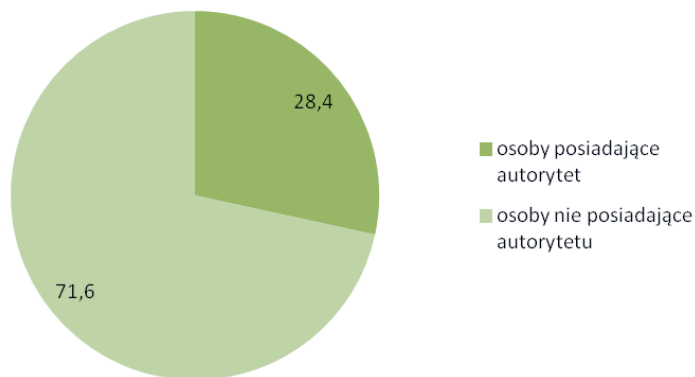
Tab. 1. Wiek badanych osób.

Przedział wiekowy	% udział osób
18-25;	21
26-35;	34
36-45;	32
pow. 45	13

Źródło: opracowanie własne.

Badane osoby wypowiadały się na temat posiadania autorytetów w kwestiach gospodarczych. Spośród badanych tylko 28,4 % osób posiada taki autorytet. Osoby te wymieniały najczęściej szefów swoich firm, rzadziej polityków, czy naukowców. Aż 71,6% spośród badanych osób nie ma autorytetu w kwestiach gospodarczych.

Tab. 2 Osoby posiadające autorytety w kwestiach gospodarczych, w badanej grupie respondentów (w %).



Źródło: opracowanie własne.

Celem przeprowadzonych badań było również zbadanie opinii na temat znaczenia umiejętności pracowników i ich cech osobowych niezbędnych do osiągnięcia sukcesu zawodowego we współczesnej gospodarce.

Respondenci spośród podanych umiejętności wybierali trzy najważniejsze, ich zdaniem niezbędne do osiągnięcia sukcesu zawodowego. Wyniki badań przedstawia tabela numer 3.

Tab. 3. Umiejętności niezbędne do osiągnięcia sukcesu zawodowego we współczesnej gospodarce, wg opinii badanych.

Wyszczególnienie	Procentowy udział osób wskazujący daną umiejętność
kreatywność	57
umiejętność podejmowania decyzji	55
umiejętność organizowania pracy	44
umiejętność rozwiązywania problemów	31
innowacyjność	25
umiejętność współdziałania w grupie	22

umiejętność gospodarowania czasem pracy	21
umiejętność tworzenia wizji pożądanego stanu	16
umiejętność stawiania zadań	14
umiejętności techniczne	13

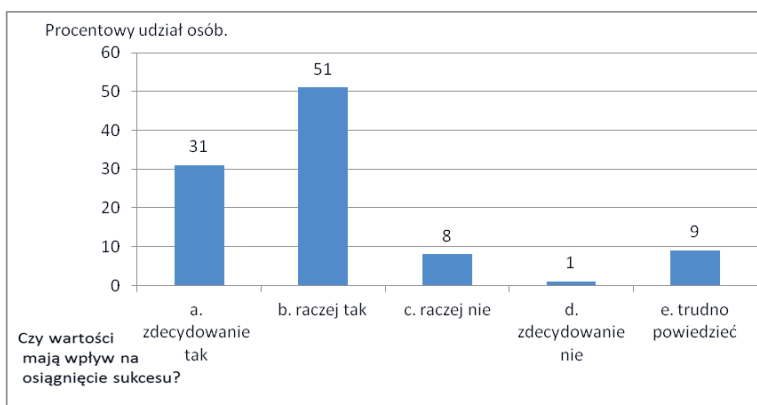
Źródło: opracowanie własne.

Zdecydowana większość osób jako niezbędną umiejętność wybierała kreatywność (57% badanych), umiejętność podejmowania decyzji (55%) oraz umiejętność organizowania pracy (44%). Dość istotna dla badanych jest również umiejętność rozwiązywania problemów.

Niektórzy z badanych do podanego zestawu umiejętności dopisywali dodatkowe, wśród których wskazywali m.in. na duże znaczenie umiejętności radzenia sobie ze stresem oraz działania w sytuacjach kryzysowych.

Podczas przeprowadzania badania zadano respondentom pytanie, czy system wartości człowieka ma wpływ na osiągnięcie przez nich sukcesu zawodowego. Zdecydowana większość badanych uważa, że taki wpływ istnieje (31% osób wypowiedziało się, że zdecydowanie istnieje, a 51% że raczej istnieje). Tylko 8% badanych uważa, że pożądane społecznie wartości raczej nie mają wpływu na sukces zawodowy, a 1% że zdecydowanie nie mają. 9% badanych nie umiało wyrazić na ten temat własnej opinii.

Rys. 1. Opinia badanych na temat wpływu pożądaných społecznie wartości człowieka na osiągnięcie sukcesu zawodowego (w %).



Źródło: opracowanie własne.

Badani wypowiedzieli się również na temat pożądanых cech wzoru osobowości, ich zdaniem najważniejszych dla osiągnięcia sukcesu zawodowego, wybierając z podanych trzy najtrafniejsze. (Tab. 4.).

Tab. 4. Cechy osobowości niezbędne do osiągnięcia sukcesu zawodowego we współczesnej gospodarce, wg opinii badanych.

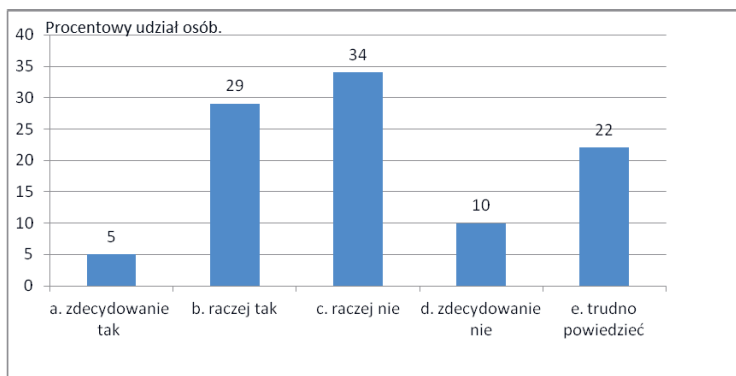
Wyszczególnienie	Procentowy udział osób wskazujący daną cechę osobowości
Pracowitość	61
Wytrwałość	46
poczucie odpowiedzialności	41
chęć ciągłego nabywania wiedzy	39
Sumiennosc	27
Odwaga	24
Optymizm	23
Uczciwość	10
prawość oraz rzeczowość	10
Cierpliwość	9
Oryginalność	9
Energiczność	7
wyrozumiałość	2
prawdomówność	0

Źródło: opracowanie własne.

Najwięcej respondentów, bo 61%, wskazywało, że najważniejsza w osiągnięciu sukcesu zawodowego jest pracowitość, 46% wybrało wytrwałość, a 38% – odpowiedzialność. Żadna z badanych osób nie uznała, że istotna jest prawdomówność.

Dość duża grupa badanych uważa, że pożądane społecznie wartości mogą nie tylko pomagać w osiągnięciu sukcesu, ale również go utrudniać.

Rys. 2. Opinia badanych dotycząca wypowiedzi, czy pożądane społecznie wartości mogą utrudniać osiągnięcie sukcesu zawodowego (w %).



Źródło: opracowanie własne.

Tę opinię wyraża 34% osób (przy czym 5% jest zdecydowanie o tym przekonana, a 29% raczej tak sądzi). Wśród cech osobowości, które utrudniają osiągnięcie sukcesu, najczęściej wymieniano uczciwość, prawdomówność, moralność.

Niemniej jednak zdecydowana większość badanych uważa, że w społeczeństwie należy kształtować pożądane cechy osobowości człowieka ważne dla gospodarki. Wśród nich badani najczęściej wymieniali uczciwość, pracowitość, kreatywność i elastyczność, odpowiedzialność, chęć rozwoju i kształcenia, oraz sumienność.

Tab. 5. Cechy osobowe człowieka, ważne dla gospodarki, które zdaniem badanych powinny być kształtowane w społeczeństwie

Wyszczególnienie	Procentowy udział osób
Uczciwość	38
Pracowitość	37
kreatywność	30
Odpowiedzialność	25
chęć do rozwoju i kształcenia	22
Sumienność	18

Prawość	12
wytrwałość w osiągnięciu pożądaných celów	11
Odwaga	10
Innowacyjność	9
Rzeczowość	8
pewność siebie wiara we własne siły	7
Optymizm	2

Źródło: opracowanie własne.

Niezależnie od konieczności kształtowania pożądaných cech osobowości, ważne jest wyrobienie wśród uczestników życia gospodarczego określonych umiejętności, które ułatwią im pełnienie określonych ról w gospodarce. Respondenci wypowiedzieli się na temat umiejętności, których powinna uczyć szkoła.

Tab. 6. Umiejętności, których zdaniem badanych powinna uczyć szkoła

Wyszczególnienie	Procentowy udział osób
umiejętności pracy w grupie	32
poczucie odpowiedzialności	20
umiejętność podejmowania decyzji	19
umiejętność rozwiązywania problemów	12
umiejętność komunikacji	9
umiejętności technicznych	8
umiejętności organizacji pracy	7
umiejętności organizowania i gospodarowania czasem	7
kreatywne myślenie	5
wiedza praktyczna	5
umiejętność odnajdowania się w świecie ciągłych zmian	4
umiejętność trafnego stawiania zadań	3
przedsiębiorczość	3

Źródło: opracowanie własne.

Wśród najczęściej wymienianych umiejętności, których zdaniem badanych powinna uczyć szkoła, są: umiejętność komunikacji, poczucie odpowiedzialności, umiejętność podejmowania decyzji, umiejętność rozwiązywania problemów, czy umiejętności pracy w grupie.

ZAKOŃCZENIE

Aby sprostać wyzwaniom stawianym społeczeństwu przez współczesną gospodarkę należy w przemyślany i odpowiedzialny sposób podejmować działania w zakresie kształcenia, wychowywania, oceniania i motywowania ludzi. Proces kształcenia każdego człowieka odbywa się w ciągu jego całego życia, dlatego już od najmłodszych lat należy ukierunkowywać naukę na kształtowanie pożądanych w gospodarce wartości i zachowań. Szczególne zadania w tym zakresie stawiane są przed uczelniami wyższymi. Jak podkreśla D. Tanalski, nauczanie etyki (teorii wartości) i moralności należy wprowadzać do uczelni ekonomicznych, technicznych, politologicznych i dziennikarskich w taki sposób, aby absolwenci tych kierunków zdawali sobie sprawę ze skutków moralnych – i kulturowych – determinowanych przez gospodarkę, urzędnictwo techniczne, działalność polityczną i media (2011, s. 25).

Ponadto należy uczyć porządku, dyscypliny, odpowiedzialności, organizacji pracy oraz umiejętnego wykorzystywania czasu. Poziom nauki powinien być dostosowany do wieku i możliwości percepcji ucznia. Małe dzieci można nauczyć wielu pozytywnych zachowań w formie ciekawych gier i zabaw.

Przeprowadzone badania zwróciły uwagę, że ankietowani za cechę ułatwiającą osiągnięcie sukcesu zawodowego uznali pracowitość i pewność siebie. Pracowitości należy uczyć jak najwcześniej, umiejętnie oceniając wkład pracy dziecka. Nie można jednak już w dzieciństwie osłabiać w młodym człowieku pewności siebie, toteż nie może być on przeciążony nadmierną nauką ani zniechęcony ewentualnymi niepowodzeniami, gdyż jego zainteresowania zostaną skierowane w nieodpowiednim kierunku. Należy rozbudzić w nim pasję odpowiadającą jego zdolnościom i kompetencjom.

Wzrastająca złożoność procesów gospodarczych powoduje, że od współczesnego człowieka oczekuje się nieustannego zdobywania i pogłębiania wiedzy. Od dziecka należy już kształtować postawy charakteryzujące się chęcią ciągłej nauki. Aby je wypracować, nauka musi być dla dzieci przyjemna, a w jej trakcie uczeń powinien mieć możliwość rozwijania swo-

ich zainteresowań. Dużą rolę pełnią tu nauczyciele będący autorytetami. Obserwacja zachowań uczniów pozwala zauważyć, jak zmieniają się ich zainteresowania wraz z napotykaniami na swej drodze nauczycieli z pasją. Ważne jest więc, aby wszyscy nauczyciele umieli inspirować uczniów do rozwoju, zdobywania nowej wiedzy, innowacji. Te zachowania na pewno będą przydatne w życiu dorosłym.

Ważnym aspektem współczesnej gospodarki jest współpraca ludzi realizujących projekty, dlatego należy odpowiednio kształtować umiejętność pracy w grupie. Warunkiem takiej współpracy jest posiadanie szacunku dla drugiego człowieka oraz empatii.

Współczesna gospodarka wymaga od wszystkich jej uczestników zachowań pro jakościowych. Jakość powinna być podstawowym wyznacznikiem działań we wszystkich obszarach działalności człowieka. Jako społeczeństwo wiele możemy czerpać z wzorców z powodzeniem funkcjonujących w innych kulturach. Bogate w tym zakresie są wzorce japońskie. Ciekawym rozwiązaniem stosowanym w Japonii jest „Idea 5 - S”, zaproponowana przez Hiroshi Onoue:

- SEISO – stanowisko robocze powinno być dokładnie posprzątane,
- SEIRI – rzeczy niepotrzebne należy oddzielić i skasować,
- SEITON – pozostałe rzeczy należy ułożyć w sposób wygodny do użycia,
- SEIKETSU – pracownik powinien być schludny i czysty oraz dbać o czystość środowiska pracy,
- SHITSUKE – należy utrzymywać wysoki poziom dyscypliny i etyki pracy (Mokrosicka, 1996, s. 23).

Takich pozytywnych zachowań można uczyć już od najmłodszych lat.

Dla każdej gospodarki niezwykle ważna jest przedsiębiorczość. Aby ją pobudzić, należy młode pokolenie odpowiednio do tego przygotowywać. Powinna być zapewniona znacznie większa współpraca pomiędzy szkołą a gospodarką. Z jednej strony należałoby prowadzić badania pozwalające na ustalenie, jakich umiejętności szkoła powinna uczyć. Z drugiej zaś, praktycy z różnych dziedzin powinni przekazywać uczniom swoje doświadczenie.

Ważnym aspektem kształcenia człowieka jest umiejętność dokonywania właściwych wyborów i kierowania się przy tym rachunkiem ekonomicznym. Podejmując działalność gospodarczą, należy być rozsądnym i realizować tylko takie działania, które przyniosą wymierne korzyści

ekonomiczne, czy społeczne. Należałoby w szerszym zakresie przybliżyć uczniom problematykę dotyczącą zasad podejmowania działalności gospodarczej, ustalania wyniku finansowego, podatków oraz zasad rozliczania się z tego tytułu z różnymi instytucjami publiczno-prawnymi (oczywiście powinno to być dostosowane do wieku dziecka).

Jednym z czynników wpływających na poziom rozwoju gospodarczego jest wysoka efektywność podejmowanych działań. P. Drucker podkreśla, że inteligencja, wyobraźnia i wiedza to bogactwo podstawowe, ale tylko skuteczność obraca je w rezultaty (2009, s. 16).

Dlatego od współczesnego człowieka wymaga się dużej skuteczności przy realizacji wyznaczonych zadań.

Aby społeczeństwo uznawało społecznie pożądane wartości i rozwijało niezbędne dla gospodarki umiejętności, konieczne są osoby, które będą dla innych autorytetami. Muszą się one cechować empatią, praworządnością i wysoką moralnością oraz gospodarnością. Takie osoby nie zawsze są dostrzegane w gospodarce.

Należy zatem dążyć do tego, aby pokazywać ludzi posiadających prawdziwie cenne wartości, by inni mogli je brać jako wzór do naśladowania.

REFERENCES

- Barbachowska, B. (2007). Czas pracy dyrektorów. Teoria i praktyka. Wydawnictwo
- Breński, W. (2008). Strategiczne szanse polskiej gospodarki w kontekście globalizacji. Warszawa: Difin
- Drucker, P. (1995). Zarządzanie w burzliwych czasach. Nowe wyzwania – nowe horyzonty, Kraków: Akademia Ekonomiczna w Krakowie.
- Drucker, P. (2009). Menedżer skuteczny, Warszawa: Wydawnictwo MT Biznes, Sp. z o.o..
- Drucker, P. (1999). Społeczeństwo postkapitalistyczne, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Głuszek, E. (2004). Zarządzanie zasobami niematerialnymi przedsiębiorstwa, Wrocław: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego we Wrocławiu.
- Griffin, R. W. (2004). Podstawy zarządzania organizacjami. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Grudzewski, W. M., Hajduk, I. K. (2004). Zarządzanie wiedzą

- w przedsiębiorstwie, Warszawa: Difin.
- Hamel, G., Breen B. (2008). Zarządzanie jutra, Lublin: Red Horse Sp. z o.o.: 2008.
- Karaszewski, R. (2001). TQM. Teoria i praktyka. Toruń: TNOIK, Dom organizatora.
- Kaplan, R. S., Norton D. P. (2001). Strategiczna Karta Wyników. Jak przełożyć strategię nad działanie. Warszawa: PWN.
- Karpiński, A. J. (2007). Słownik pojęć filozoficzno-socjologicznych. Gdańsk: Wydawnictwo Gdańskiej Wyższej Szkoły Administracji.
- Kołodko, Z. (1998). Techniki organizatorskie w rozwiązywaniu problemów zarządzania, Warszawa: PWN.
- Leon, J., Frąckiewicz, J. (2000), Poradnik sprawnego i efektywnego kierowania). Warszawa: Fundacja Pomocy Antyk. „Wydawnictwo Antyk – Marcin Dybowski”.
- Mączyński J. (2006). Międzykulturowe Badania nad przywództwem. [w:] Listwan, T., Witkowski, S. A. (2006). Sukces w zarządzaniu kadrami. Kapitał ludzki w organizacjach międzynarodowych. Wrocław: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego we Wrocławiu.
- Mały słownik języka polskiego. (1994). Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Mikołajczyk, G. (2013). Dokąd zmierza świat przyszłości. Ekonomia polityczna. Warszawa: Prószyński i S-ka.
- Milewski, R. (red.), (1997). Elementarne zagadnienia ekonomii, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Obłój, K. (1994). Mikroszkółka zarządzania. Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Ekonomiczne.
- Olechnicki K., Załęcki, P. (1997). Słownik socjologiczny. Toruń: Wydawnictwo Graffiti BC.
- Penc, J. (1996). Decyzje w zarządzaniu, Kraków: Wydawnictwo Profesjonalnej Szkoły Biznesu. Słownik Wyrazów Obcych (1995). Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Sitek, B. (2011). Misja szkolnictwa wyższego w kształtowaniu przedsiębiorczości akademickiej z perspektywy najnowszych zmian w prawie o szkolnictwie wyższym. Journal of Modern Science. Pedagogika. Tom 2/9/2011. Józefów: Wyższa Szkoła Gospodarki

Euroregionalnej im. Alcide De Gasperi w Józefowie).

Steinmann, H., Schreyögg, G. (1998) Zarządzanie. Podstawy kierowania przedsiębiorstwem. Koncepcje, funkcje. Wrocław: Oficyna Wydawnicza Politechniki Wrocławskiej.

Tanalski, T. (2011). Czy humaniści, etycy i moralści są potrzebni? Czyli o potrzebie reformy pedagogiki. Journal of Modern Science. Pedagogika. Tom 2/9/2011. Józefów: Wyższa Szkoła Gospodarki Euroregionalnej im. Alcide De Gasperi w Józefowie).