

Kapitał ludzki w gospodarce opartej na wiedzy. Inspiracje *Caritas in veritate*

Human Capital in Knowledge-based Economy.
Inspired by "Caritas in Veritate"

Bardzo dziękuję za zaszczytne zaproszenie na sesję. Dobrze, że w czasie, w którym najważniejszymi wartościami wyznawanymi w świecie jest kopanie świńskiego pęcherza do bramki przez 22 ludzi lub tania literatura sensacji publicystycznej na temat walki o władzę w Stolicy św. Piotra, my możemy zająć się realną walką w Watykanie – walką o człowieka.

Niespełna pół wieku temu, w 1965 r. Gordon E. Moore w artykule opublikowanym w „Electronics” stwierdził, że *stopień masowo wytwarzanych układów scalonych, czyli ekonomicznie optymalna liczba zawartych w nich tranzystorów, od powstania prototypowego mikrochipu sześć lat wcześniej, podwajała się co roku. Następnie sformułował śmiałą tezę, że tak wysokie tempo rozwoju utrzyma się przez następne dziesięć lat*. Profesor Caltechu Carter Mead nazwał to „prawem Moore’a”. Prawo to okazało się zbyt nieśmiałe. Już w 2002 r. wraz z wprowadzeniem na rynek układu scalonego z miliardem tranzystorów – dokonało się 27-krotne podwojenie. Inaczej mówiąc, dokonał się wzrost w świecie realnym wytwarzanej wartości ponad 100 milionów razy w ciągu niespełna pół wieku. Jest to przykład tzw. wzrostu eksponencjalnego, czyli wykładniczego.

Istotnie mamy do czynienia z czymś, co zwykliśmy nazywać rewolucją naukowo-techniczną, w której dominującą rolę odgrywa wiedza zdobywana w procesie nauki i wytwarzania. Warto w tym miejscu przywołać słowa bł. Jana Pawła II: *niegdyś decydującym czynnikiem produkcji była ziemia, a później kapitał (...), dziś zaś czynnikiem decydującym w coraz większym stopniu jest sam człowiek, to jest jego zdolności poznawcze (Centesimus annus, 32)*. Słowa te mają fundamentalne znaczenie dla interpretacji zarówno współczesnej rzeczywistości, jak i myśli Benedykta XVI i jego *Caritas in veritate*.

Zarówno prawo Moore'a, jak i myśl Jana Pawła II sugerują wyraźnie, że gospodarka dzisiaj to w dużej mierze kapitał ludzki i kapitał wiedzy. Twórca tego interesującego terminu „kapitał ludzki”, T.W. Schultz, sugerował, że dotyczy on przede wszystkim wiedzy i motywacji ludzkiej. Inny z teoretyków kapitału ludzkiego, S. Becker, podkreślał, że na kapitał ludzki składają się między innymi: zdolność do uczenia się i dzielenia się wiedzą, zdrowie i energia życiowa oraz umiejętności do podejmowania przedsięwzięć twórczych i kreatywnych, pozwalających na skuteczne i efektywne wykorzystanie zgromadzonych zasobów informacji. W świetle tego opisu można zauważyć, że najważniejszymi czynnikami wchodzącymi w skład kapitału ludzkiego są cechy osobowe: inteligencja, dynamizm, optymistyczna postawa, odpowiedzialność. Kapitał wymaga inwestowania i pomnażania go. W przypadku kapitału ludzkiego oznacza to potrzebę nabywania wiedzy. To zaś zakłada potencjał umysłu, pomysły, uzdolnienia, a także roztropność.

Z pojęciem „kapitał ludzki” współbrzmi inne pojęcie: „kapitał społeczny”. Pierwszy tego terminu użył Pierre Bourdieu, socjolog, który postrzegał kapitał społeczny jako rzeczywistość dotyczącą więzi i relacji ludzkich. Twierdził, że miarą jego oceny jest liczba i jakość kontaktów, a także działań grupowych. Kapitał społeczny określa przez to poziom zaufania oraz dynamikę norm i powiązań międzyludzkich. Jest on efektem współzależności i wzajemności.

Wreszcie, trzecie ważne dopowiedzenie w kategorii kapitału społeczno-kulturowego – to kapitał moralny. Na kapitał moralny składają się takie cechy, jak: sprawiedliwość, aktywne czynienie dobra i powściągliwość, a także uczciwość i prawdomówność, wywiązywanie się z umów i dotrzymywanie danego słowa, wzajemność w stosunkach z innymi oraz pamięć o swoich obowiązkach. Istnieje oczywiste i naturalne sprzężenie między kapitałem moralnym a społecznym – jeśli każda ze współdziałających osób ma wysoki kapitał moralny, sprzyja to kapitałowi społecznemu.

Gospodarka oparta na wiedzy

Powtórzmy raz jeszcze – na kapitał ludzki składają się przede wszystkim: zdolność do uczenia się i dzielenia się wiedzą. W oparciu o ten kapitał tworzy się bardzo współczesną rzeczywistość gospodarczą, a mianowicie – gospodarkę opartą na wiedzy (GOW). Ten typ gospodarki istnieje od niedawna i tylko w niektórych krajach. Jest

sprawą oczywistą, że linia demarkacyjna gospodarki opartej na wiedzy i gospodarki opartej na ziemi bądź kapitale materialnym jest linią wyznaczającą granicę rozwoju i niedorozwoju, postępu i wykluczenia. Słusznie zauważa się, że *przejście w kierunku gospodarki opartej na wiedzy (GOW) to zmiana w ewolucji ludzkości, która ma takie samo znaczenie historyczne, jakie dwieście lat temu miała transformacja od społeczeństwa rolniczego do społeczeństwa przemysłowego*. Jest to zmiana związana z globalizacją, a ta stymulowana jest rewolucją technologiczną, która dokonuje się w sferze transportu, komunikacji (co może nie jest jeszcze zauważalne w Polsce, mimo cudu autostradowego) i – przede wszystkim – przetwarzania danych.

Jako ogólne trendy w gospodarowaniu opartym na wiedzy w skali globalnej można wymienić:

- zmniejszenie zatrudnienia w przemyśle na rzecz usług,
- uznanie wagi czynników niematerialnych w przedsiębiorstwach,
- wdrożenie nowych technologii i innowacji mających wpływ na generowanie zysków,
- uznanie wagi wiedzy i związanego z nią wykształcenia, dających możliwości większych zarobków i stabilności zatrudnienia.

Wszystko to sprawia, że można twierdzić, iż znajdujemy się obecnie u progu Tofflerowskiej trzeciej fali. Oznacza ona taki etap dziejów ludzkości, którego jedną z cech charakterystycznych jest dominacja wiedzy jako ostatecznego substytutu dla pozostałych zasobów.

Tak więc nie dziwi stwierdzenie, że w procesie budowania przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstwa wiedza staje się kluczowym elementem. Ona stanowi swoisty czynnik stabilizacji w procesie dynamiki i destabilizacji. Mówienie o pewnej destabilizacji ma sens, gdy zauważymy tempo zmian rynkowych, skalę eksplozji nowych technologii, dramatyczną niekiedy walkę namnożonych konkurentów, przyspieszone starzenie się produktów. Przedsiębiorstwo, które marzy o sukcesie albo stawia sobie przynajmniej minimalistyczny cel utrzymania swojej pozycji na rynku, inwestuje w wiedzę. Chodzi tutaj zarówno o pozyskiwanie i tworzenie nowej wiedzy, jak i proces jej swoistej dystrybucji – upowszechniania w całej organizacji, tak by w oparciu o nią wyprodukować nowe technologie i produkty.

Istotnym jest przy tym, co trzeba podkreślić, nie tylko pozyskanie wiedzy, ale także, i może przede wszystkim, świadome i usystematyzowane zarządzanie wiedzą, odnoszące się do identyfikowania wiedzy, jej pozyskiwania (tworzenia – wewnątrz przedsiębiorstwa i poza nim), akumulowania i wykorzystywania (rozpowszechniania, dyfuzji). O tym, że problem jest bardzo istotny, świadczy liczba poważnych

pozycji pokazujących, jak wielki nastąpił wzrost świadomości tego, że sukces przedsiębiorstwa uzależniony jest od jego umiejętności uczenia się i właściwego obchodzenia się z wiedzą. Wymienić można tytułem przykładu:

- Picot, *Der Pridouktionsfaktor Information in der Unternehmens-fuehrung*, „Information Management” 5 (1990),
- Nonaka, *Wie japanische Konzerne Wissen erzeugen*, „Harvard Manager” 14 (1992),
- P. Drucker, *Post Capitalized Society*, Oxford u.a. 1993,
- J.S. Brown, P. Duguid, *Dem Unternehmen das Wissen seiner Menschen erschliessen*, „Harvard Business Manager” 21 (1999),
- T.H. Davenport, L. Prusak, *Working Knowledge: How Organizations Manage What They Know*, Boston 1998,
- K. North, *Wissensorientierte Unternehmensführung – Wertschöpfung durch Wissen*, Wiesbaden 1999.

Jak to już zostało zauważone, za pomocą wymownego tekstu Jana Pawła II, Kościół ma w pełni świadomość roli wiedzy w życiu gospodarczym i społecznym. Nie mogą zatem dziwić słowa Benedykta XVI z jego encykliki *Caritas in veritate: Wielkie nowości, jakie ukazuje dziś obraz rozwoju narodów, w wielu wypadkach wymagają nowych rozwiązań. Trzeba ich szukać razem, w poszanowaniu praw właściwych każdej rzeczywistości oraz w świetle całościowej wizji człowieka, odzwierciedlającej różne aspekty osoby ludzkiej, kontemplowanej spojrzeniem oczyszczonym przez miłość. Zostaną wtedy odkryte szczególne punkty zbieżne i konkretne możliwości rozwiązań, bez rezygnacji z jakiegokolwiek fundamentalnego wymiaru życia ludzkiego* (32).

Istota gospodarki opartej na wiedzy

Mówiąc o gospodarce opartej na wiedzy, mówimy o pewnym typie gospodarki funkcjonującej w dobie rewolucji naukowo-technicznej. Owo funkcjonowanie oznacza zależność gospodarki od tej rewolucji. I tutaj może pojawić się pytanie – co jest istotną wartością w omawianym temacie: wiedza czy nauka?

Jest bardzo charakterystyczne, że to pojęcie wiedzy, a nie pojęcie nauki stało się hasłem organizującym nowy dyskurs kształtujący wizję przyszłości naszej cywilizacji. Równocześnie nie ulega wątpliwości, że mówiąc knowledge based economy, mamy na myśli science based economy. (...) Choć bowiem w świadomości potocznej wiedza

jest utożsamiana z nauką, to pojęcie wiedzy wydaje się być wolne od pytań, jakie niekiedy formułuje się w odniesieniu do nauki. (...) W istocie jednak opisywany przypadek tworzenia dyskursu współczesności, którego istotnym elementem jest koncepcja knowledge based economy, stanowi doskonałą ilustrację faktu, że społeczne funkcjonowanie pojęcia wiedzy ma charakter stereotypu ze wszystkimi tego konsekwencjami.

Przyjmując zatem centralną rolę wiedzy we współczesnej gospodarce, trzeba zauważyć złożoność pojęcia wiedzy. Aktualnie wskazuje się na pewne rodzaje – typy wiedzy:

- wiedzieć CO (*know-what*), wiedza dotycząca faktów, zdarzeń, trendów, danych itd.,
- wiedzieć DLACZEGO (*know-why*) – dlaczego tak się stało/dzieje, dlaczego należy podjąć określone działanie, dlaczego to jest dla nas ważne itd.,
- wiedzieć JAK (*know-how*) – jak rozwiązać dany problem, jak osiągnąć dany cel, jak uniknąć określonych trudności, jak wpływać na zachowania klientów/kontrahentów/pracowników itd.,
- wiedzieć KTO (*know-who*) – kto to powinien zrobić, kto jest dla nas najlepszym partnerem, kto powinien zająć to stanowisko itd.
- wiedzieć KIEDY (*know-when*) – kiedy podjąć dane działanie/kampanię marketingową, kiedy wycofać dany produkt, kiedy wprowadzić zmianę itd. Wiąże się z tym tzw. *timing*, wycucie czasu, kiedy należy działać, kiedy zaś nie.

Alvin Toffler, co zgodnie podkreślają wszyscy znawcy problematyki gospodarki opartej na wiedzy, podaje cztery oryginalne cechy wiedzy w odniesieniu do innych zasobów:

- dominacja – wiedza jest najważniejszym zasobem przedsiębiorstwa, dającym przewagę konkurencyjną,
- niewyczerpalność – przekazywanie wiedzy nie umniejsza jej zasobów,
- symultaniczność – możliwość wykorzystywania danej wiedzy w wielu działach i w tym samym czasie w spółce,
- nieliniowość – oznacza, że nie od ilości, ale od przydatności wiedzy zależy jej wartość dla firmy.

Problemem centralnym jest wszakże nie tylko pozyskanie wiedzy dla potrzeb przedsiębiorczości, ale uczynienie z niej pożytku. To zaś domaga się zarządzania wiedzą. Warto spojrzeć pokrótce na wskazania w tym zakresie, jakie niesie ze sobą współczesna teoria ekonomiczna.

Zarządzanie wiedzą według Nonakiego i Takeuchiego

Koncepcja zarządzania wiedzą pojawiła się na konferencji w Stanach Zjednoczonych w 1987 r. pt. *Managing the Knowledge Assets into 21st Century*, zorganizowanej wspólnie przez Uniwersytet Purdue i firmę DEC. Została natomiast rozpropagowana przez Japończyków: Ikujiro Nonakiego i Hirooptaka Takeuchiego, którzy w 1995 r. opublikowali książkę *The Knowledge – Creating Company: How Japanese Companies Create the Dynamics of Innovation*. Zawarli w niej tezę, że tworzenie nowej wiedzy w spółce wpływa na zwiększenie produktywności, zmniejszenie kosztów i poprawę stopy zwrotu inwestycji. Praktycznym wyrazem tej tezy jest formuła proponowana przez konsultantów firmy Arthur Andersen. Jest to sformalizowana reguła opisująca wiedzę będącą podstawą efektywnego zarządzania:

$$K = (P + I)^s$$

Co oznacza, że wiedza (K) jest zdobywana dzięki umiejętności ludzi (P) do zdobywania informacji (I) przy wykorzystaniu technologii (+), wykładniczo zwiększonej zakresem jej rozprzestrzeniania (s). Szacuje się, że obecnie zasoby wiedzy są podwajane co pięć lat. Na podstawie powyższego równania można oczekiwać, że w 2020 r. globalna wiedza będzie podwajana co 72 dni. Wykazuje to dość duże podobieństwo do prawa Moore'a.

Reasumując koncepcję I. Nonakiego i H. Takeuchiego, można wskazać na pewne etapy procesu zdobywania i przyswajania wiedzy w przedsiębiorstwie:

- na początku interakcja wiedzy ukrytej i dostępnej pomiędzy jednostkami tworzy cztery sposoby konwersji wiedzy: socjalizacja, eksternalizacja, kombinacja i internalizacja,
- następnie na poziomie grupy powstaje spirala wiedzy na bazie pięciu warunków: intencja, autonomia, niestabilność i chaos twórczy, nadmiarowość i różnorodność,
- to zaś jest podstawą do budowania pięciofazowego modelu tworzenia wiedzy w organizacji: dzielenie wiedzy ukrytej, tworzenie koncepcji, uzasadnienie koncepcji, budowanie wzorca i przeplatanie wielu poziomów wiedzy.

Niezależnie od skomplikowanych stopni i poziomów tworzących owe struktury, zdobywanie i przyswajania wiedzy w przedsiębiorstwie, ważnym jest samo rozumienie przedsiębiorstwa jako organizacji uczącej się.

P.M. Senge, A. Kleiner, Ch. Roberts, R.B. Ross, B.J. Smith w klasycznej pozycji *Piąta dyscyplina* wskazują na pięć elementów jako podstawy funkcjonowania organizacji uczącej się:

- mistrzostwo osobiste – dążenie do ciągłego rozwijania talentów,
- modele myślowe – porządkowanie i udoskonalanie własnego obrazu świata,
- wspólna wizja – jasno określony cel organizacji, łączący wszystkich pracowników firmy,
- zespołowe uczenie się – uznanie potrzeby budowania potencjału intelektualnego zespołu,
- myślenie systemowe – zdolność myślenia w kategorii procesów, projektów i strategii.

Ostateczną konkluzją jest zauważenie, że *zarządzanie wiedzą polega na pozyskiwaniu odpowiednich środków, wypracowaniu i sterowaniu wykorzystaniem warunków, metod i technik umożliwiających przebieg procesów związanych z uzyskiwaniem, kreowaniem, rozpowszechnianiem, składowaniem i zastosowaniem wiedzy. Proces zarządzania wiedzą obejmuje zatem realizację podstawowych funkcji zarządzania, koncentrujących się na generowaniu wiedzy i tworzeniu warunków do jej wykorzystania.*

Ważniejsze uwarunkowania w budowaniu gospodarki opartej na wiedzy

Konkurencyjność i jej uwarunkowania

Konkurencja odgrywa pozytywną rolę w gospodarce, przyczyniając się do utrzymania równowagi rynkowej, a także produkcji korzystnej dla klientów i spółek. Celem konkurujących ze sobą przedsiębiorstw jest osiągnięcie zysku. Jednak trzeba dostrzec, że konkurencja nie tylko generuje zysk. Poza typowo ekonomiczną funkcją konkurujące przedsiębiorstwa mają udział w postępie społeczeństwa, stwarzając możliwość wspólnej pracy, rozwijania talentów czy zdobywania bogactwa.

Ponieważ w konkurencji gospodarczej mamy do czynienia z konfliktem interesów różnych uczestników rynku po stronie popytu lub podaży, stąd ważnym jest zabezpieczenie reguł gry: podstawową zasadą uczciwej konkurencji jest współzawodnictwo polegające na nieszkodzeniu przeciwnikowi. Stąd w kodeksie etycznym z Caux (*Caux Round Table Principles for Business*) w dziale trzecim zapisano, że *uczciwa konkurencja gospodarcza jest jednym z podstawowych*

warunków wzrostu dobrobytu narodów oraz czynnikiem, który umożliwi ostatecznie sprawiedliwy podział dóbr i usług.

To właśnie sprawia, że konkurencyjność jest także analizowana pod kątem czynników niematerialnych, takich jak: kompetencje, intelekt czy wiedza. *W wyścigu konkurencyjnym na czoło wysuwają się przede wszystkich firmy inteligentne, zdolne do nowatorskich i szybkich przystosowań, firmy wirtualne, a wśród umiejętności zarządzania zdecydowanie prym wiedzie umiejętność zarządzania wiedzą i umiejętność w zakresie gromadzenia kapitału intelektualnego.*

Innowacyjność i jej uwarunkowania

W ostatnich latach szczególne znaczenie, oprócz konkurencyjności, posiada innowacyjność przedsiębiorstwa. Jest ona wymogiem wzmiankowanej już dynamiki i globalizacji rynków. Współcześnie truizmem jest stwierdzenie, że w obecnych warunkach długofalowy sukces mogą osiągnąć tylko przedsiębiorstwa nastawione na innowacje. Muszą one oferować nowe produkty i usługi, ale też wprowadzać nowe procesy i procedury. Kluczową rolę odgrywa tutaj czynnik ludzki.

Innowacyjność oznacza bowiem zdolność organizacji do tworzenia i wdrażania innowacji, a zatem dotyczy nie tylko „twardych” elementów (technologie czy metody organizacji pracy), ale także zachowań i wartości kulturowych. Przykładem innowacyjności w procesie kultury organizacyjnej może być tworzenie postaw sprzyjających przepływowi wiedzy. Chodzi o stymulowanie pomysłowości i kreatywności, jak i stworzenie warunków umożliwiających przedstawianie własnych pomysłów.

Oczywiście, z reguły takie działanie nie odbywa się w pojedynkę, decydującą rolę odgrywa tutaj przede wszystkim zespół. Kapitał ludzki sprzęga się z kapitałem społecznym. Struktura zespołu, panująca w zespole atmosfera, przebieg procesów wspólnego uczenia się i komunikacji, częste spotkania i heterogeniczny skład zespołu wpływają na innowacyjność. Podobnie jak wpływa wizja – jasna, osiągalna i podzielana przez członków organizacji.

Myśl Benedykta XVI – inspiracje i precyzacje

Benedykt XVI w swojej encyklice społecznej staje wobec problemów współczesnego świata i jego znaków czasu. Znakiem szczególnie palącym i trudnym był kryzys ekonomiczny i finansowy, Odsłonił on po raz kolejny dysproporcje w naszym świecie, z jednej strony

zglobalizowanym, ale też bardzo podzielonym i zróżnicowanym. Wobec tego świata, w którym dokonał się i dokonuje nie tylko neokolonializm oparty na wyzysku pracy i kapitału narodów biednych przez bogate, ale i nowy neokolonializm oparty na wykluczeniu w obszarze wiedzy i braku dostępu do niej, papież pisał: *Zasada pomocniczości musi być ściśle powiązana z zasadą solidarności, i na odwrót, ponieważ pomocniczość bez solidarności prowadzi do partykularyzmu społecznego, a solidarność bez pomocniczości przeradza się w opiekuńczość poniżającą potrzebującego człowieka. Ta reguła, która ma charakter ogólny, musi być szczególnie uwzględniana, kiedy rozważa się sprawy odnoszące się do pomocy międzynarodowej i rozwoju. Pomoc ta, niezależnie od intencji ofiarodawców, może niekiedy utrzymywać naród w stanie uzależnienia, a nawet utrzymywać sytuację lokalnej dominacji i wyzysku we wspomaganym kraju. Pomoc gospodarcza, jeśli chce być autentyczna, nie powinna mieć ukrytych celów. Powinna być przydzielana z udziałem nie tylko rządów zainteresowanych krajów, lecz także osób aktywnych gospodarczo na poziomie lokalnym oraz podmiotów odgrywających rolę kulturową w społeczeństwie obywatelskim, łącznie z Kościołami lokalnymi. Programy pomocy powinny w coraz większym stopniu mieć charakter integralny i uwzględniać udział oddolny. Prawdą jest bowiem, że największym bogactwem, które należy dowartościować w krajach wspomaganych w rozwoju, jest ich bogactwo ludzkie: jest to autentyczny kapitał, który trzeba pomnażać, aby zapewnić krajom najuboższym prawdziwie autonomiczną przyszłość* (CV, 58).

Wskazane wyżej tematy współczesnej myśli ekonomicznej akcentują w tym zmieniającym się świecie takie wartości, jak: kapitał ludzki, kapitał społeczny, kapitał moralny, służące procesowi pozyskiwania i transferu wiedzy w procesie zarządzania wiedzą i budowania gospodarki opartej na wiedzy. Nietrudno dostrzec dominujący w tym ujęciu pragmatyzm. Nietrudno także dostrzec znamiona socjotechniki kierujące tymi procesami, a przynajmniej możliwości socjotechniki. Myśl społeczna Kościoła, której wyrazicielem jest Benedykt XVI, staje w tym kontekście na gruncie konsekwentnego personalizmu. Papież stwierdza: *pierwszym kapitałem, który należy ocalić i docenić, jest człowiek, osoba, w swojej integralności: „Człowiek bowiem jest twórcą całego życia gospodarczo-społecznego, jego ośrodkiem i celem”*.

To właśnie personalizm chrześcijański nadaje nową motywację uwarunkowaniom w budowaniu gospodarki opartej na wiedzy, a przez to nadaje im nowy sens i nową jakość. Myśl ekonomiczna wskazuje dzisiaj, że ważnymi czynnikami poprawiającymi konkurencyjność

przedsiębiorstw jest kapitał moralny, a więc uznawane wartości moralne, takie jak: wolność, odpowiedzialność, uczciwość czy rzetelność. To właśnie ten kapitał pozwala na prawidłowe funkcjonowanie przedsiębiorstw, z wykluczeniem praktyk nagannych, takich jak: kradzieże, oszustwa, przekupstwa itd. Kapitał moralny nakazuje zatem przyjąć strategię długoterminową – ostatecznie opłacalne i zyskowe jest nie to, co zostaje zdobyte czy wypracowane „za wszelką cenę”, ale to, co przynosi długotrwale zaufanie budujące długoterminowe, trwałe relacje.

W *Caritas in veritate* (32) znajdziemy słowa: *Obniżenie poziomu ochrony praw pracowników albo rezygnacja z mechanizmów podziału dochodu, aby zapewnić krajowi większą konkurencyjność na arenie międzynarodowej, uniemożliwiają długotrwały rozwój. Trzeba zatem uważnie ocenić konsekwencje, jakie mają dla osób aktualne tendencje do ekonomii krótko-, a czasem bardzo krótkoterminowej. Wymaga to nowej i pogłębionej refleksji nad sensem ekonomii i jej celami, a także poważnej i dalekosiężnej rewizji modeli rozwoju, by dokonać korekty ich nieodpowiedniego funkcjonowania i wypaczeń. W rzeczywistości wymaga tego stan zdrowia ekologicznego planety; wymaga tego zwłaszcza kulturowy i moralny kryzys człowieka, którego objawy od dłuższego czasu są widoczne w każdej części świata.* Słowa te, jakkolwiek dotyczą perspektywy ogólnościatowej, mogą i powinny skłonić każdego przedsiębiorcę do refleksji.

Ważnym wspomnianym już uwarunkowaniem w budowaniu gospodarki opartej na wiedzy jest innowacyjność. Powstanie innowacji wymaga sporo czasu i środków, zanim można będzie wykorzystać nową wiedzę do tworzenia nowych procesów, produktów i usług. Interesującym jest to, że pewne inspiracje w tworzeniu innowacji mogą zawierać kultury religijne. Dotyczy to świętych Ksiąg religii mono-teistycznych, ale także nauczania Kościoła katolickiego. W kompendium społecznego nauczania Kościoła można odnaleźć przekonanie, że *kreatywność jest podstawową cechą działania ludzkiego, również w zakresie przedsiębiorczości. Przejawia się przede wszystkim w umiejętnościach planowania oraz innowacji: zorganizowanie takiego wysiłku, rozplanowanie go w czasie, zatroszczenie się, by rzeczywiście służyło temu, czemu ma służyć, oraz podjęcie koniecznego ryzyka jest dziś także źródłem bogactwa społeczeństwa. W ten sposób staje się coraz bardziej oczywista i determinująca rola zdyscyplinowanej i kreatywnej pracy ludzkiej oraz – jako część istotna pracy – rola zdolności do inicjatywy i przedsiębiorczości* (337)

Benedykt XVI pisze: *Środki społecznego przekazu nie sprzyjają wolności ani nie powodują objęcia globalnym rozwojem i demokracją*

wszystkich z tego tylko względu, że pomnażają możliwości wzajemnej łączności i obiegu idei. By osiągnąć cele tego rodzaju, muszą one skoncentrować się na promocji godności osób i narodów, muszą wyraźnie kierować się miłością i służyć prawdzie, dobru oraz braterstwu naturalnemu i nadprzyrodzonemu. Istotnie, w ludzkości wolność jest ściśle związana z tymi wyższymi wartościami. Media mogą skutecznie pomagać w pogłębianiu jedności rodziny ludzkiej oraz etosu społeczeństw, gdy stają się narzędziami promocji powszechnego udziału we wspólnym poszukiwaniu tego, co słuszne (CV, 73).

Papieskie słowa, aczkolwiek dotyczą wolności mediów i pomnażania łączności oraz komunikowania idei (wiedzy), mają znaczenie szersze. Pokazują konieczność zabezpieczenia wolności, a zatem także kreatywności czy innowacyjności, potrzebą prawdy o człowieku. Stanowią swoisty dziejowy przypis czy też komentarz do niezapomnianych słów Jana Pawła II z jego programowej encykliki: *Człowiek dzisiejszy zdaje się być stale zagrożony przez to, co jest jego własnym wytworem, co jest wynikiem pracy jego rąk, a zarazem – i bardziej jeszcze – pracy jego umysłu, dążeń jego woli. Owoce tej wielorakiej działalności człowieka zbyt szybko, i w sposób najczęściej nieprzewidywany, nie tylko i nie tyle podlegają „alienacji” w tym sensie, że zostają odebrane temu, kto je wytworzył, ile – przynajmniej częściowo, w jakimś pochodnym i pośrednim zakresie skutków – skierowują się przeciw człowiekowi. Zostają przeciw niemu skierowane lub mogą zostać skierowane przeciw niemu. Na tym zdaje się polegać główny rozdział dramatu współczesnej ludzkiej egzystencji w jej najszerszym i najpowszechniejszym wymiarze. Człowiek coraz bardziej bytuje w lęku. Żyje w lęku, że jego wytwory – rzecz jasna nie wszystkie i nie większość, ale niektóre, i to właśnie te, które zawierają w sobie szczególną miarę ludzkiej pomysłowości i przedsiębiorczości – mogą zostać obrócone w sposób radykalny przeciwko człowiekowi (Redemptor hominis, 15).*

Benedykt XVI przypomina, że potrzebne jest zabezpieczenie kreatywności i innowacyjności poprzez dobra i normy moralne, takie jak: zaufanie, przedsiębiorczość, woła współpracy, solidarność, uczciwość, lojalność, rzetelność czy punktualność, które pozwalają realizować cele ekonomiczne i społeczne ludzi oraz tworzyć pewien kapitał społecznych wartości (por. CV, 35).

Czynnik moralny zaufania był przedmiotem wielu szczegółowych badań. Ostatnio pojawiają się także próby analizowania innych reguł i moralnych, np. nadziei. Badania te są o tyle trudne, że większość pracowników firmy unika tego słowa, prawdopodobnie ze względu na skojarzenia tego terminu z wiarą i duchowością.

Jednocześnie wyraźnie potwierdza przydatność tej normy w działalności przedsiębiorstwa.

Brak nadziei w myśleniu ekonomicznym i gospodarczym prowadzi do autodestrukcji procesu gospodarczego. Wykazał to bardzo ciekawie Benedykt XVI w *Spes salvi*, pisząc o marksizmie: *[Marks] wskazał (...) bardzo precyzyjnie, w jaki sposób dokonać przewrotu. Nie powiedział jednak, jak sprawy miały się potoczyć potem. Zakładał po prostu, że wraz z pozbawieniem klasy panującej dóbr, z upadkiem władzy politycznej i uspołecznieniem środków produkcji zrealizuje się Nowe Jeruzalem. (...) Marks nie tylko nie pomyślał o koniecznym porządku nowego świata – to miało już bowiem być niepotrzebne. To, że nic na ten temat nie mówił, było logicznym następstwem jego projektu. Błąd jego tkwi głębiej. Zapomniał, że człowiek pozostaje zawsze człowiekiem. Zapomniał o człowieku i o jego wolności. Zapomniał, że wolność pozostaje zawsze wolnością, nawet, gdy wybiera zło. Wierzył, że gdy zostanie uporządkowana ekonomia, wszystko będzie uporządkowane. Jego prawdziwy błąd to materializm: człowiek nie jest bowiem tylko produktem warunków ekonomicznych i nie jest możliwe jego uzdrowienie wyłącznie od zewnątrz, przez stworzenie korzystnych warunków ekonomicznych (SpS, 21).*

Kiedy zatem można znaleźć w opracowaniach ekonomicznych zgodę na maksymę amerykańskiego przedsiębiorcy A. Carnegie'a: *Jedynym, prawdziwym i niezastąpionym kapitałem firmy jest jej kapitał intelektualny, czyli wiedza pracowników. Produktywność tego kapitału zależy od efektywności, z jaką posiadający wiedzę użyczą jej tym, którzy umieją ją zastosować*, to warto tę maksymę wzbogacić perspektywą chrześcijańską. Pokazuje ona bowiem szczególną wartość osoby jako takiej i wartość moralności. W ten sposób właściwa wizja człowieka i promocja wartości moralnych budują ekonomię na miarę świata ludzkich nadziei.