

IDENTYFIKACJA RELACJI ORGANIZACYJNYCH W KONTEKŚCIE ONTOLOGII PRZESTRZENI

Wprowadzenie

Swoistą popularność, jaką w ostatnich latach zrobiło pojęcie sieci, przede wszystkim w wymiarze relacyjnym, można, jak się wydaje wiązać, z próbami skutecznej interpretacji zjawiska globalizacji. Należy przy tym zauważyć, iż zarówno pojęcie sieci, jak i pojęcie globalizacji staje się coraz bardziej pustą kategorią. Pustą w takim znaczeniu, iż coraz bardziej przestajemy rozumieć, a często zastanawiać się nad istotą znaczenia tych pojęć. Powoduje to powierzchowność studiów i analiz oraz słabe ugruntowanie badań w dotychczasowych osiągnięciach świata nauki. Można nawet zauważyć zjawiska odchodzenia lub obchodzenia paradygmatu sieci jako głównej zmiennej wyjaśniającej procesy współczesnego świata organizacji. Wydaje się zatem uzasadnione podejmowanie badań konceptualnych w celu pewnej dekonstrukcji i uporządkowania podstawowych kategorii interpretacyjnych związanych z tymi zjawiskami w naukach o zarządzaniu.

Organizacje funkcjonują w sieciach relacji, które zachodzą w różnych przestrzeniach. Możemy stwierdzić, że organizacje funkcjonują w swoistej przestrzeni relacji. Często jednak, jak w tym przypadku, pojęcie „przestrzeń” posiada znaczenie alegoryczne, umowne, metaforyczne, a nie ontyczne. Czyli nie odnosi się do kategorii przestrzeni w kontekście jej właściwego istnienia, ale do przestrzeni jako metafory, symbolicznego miejsca, zbiornika, teatru, w którym relacje zachodzą. Założenie o potrzebie badań konceptualnych zgodnie z wyżej zaproponowaną sekwencją rozumowania stanowiło główną motywację do podjęcia rozważań nad znaczeniem kategorii przestrzeni w badaniach sieci relacji organizacyjnych. Celem artykułu jest dokonanie

* Dr hab. Piotr Pachura, prof. PCz – Politechnika Częstochowska.

identyfikacji, interpretacji czy też dekonstrukcji sieci relacji organizacji w kontekście różnych wymiarów przestrzeni. Wydaje się, iż badania nad problematyką sieci i relacji międzyorganizacyjnych, choć znacznie już rozwinięte w polskim i zagranicznym środowisku naukowym, nie zostały zakończone, a być może swoje apogeum rozkwitu mają jeszcze przez sobą. Zjawisko „relacyjności” jest z natury trudne do uchwycenia przez zastosowanie narzędzi badań ilościowych. Można chyba przyjąć założenie, iż ilościowa identyfikacja i analiza relacji niewiele mówi o ich istocie. Dlatego też, jak się wydaje, istnieje potrzeba rozwoju narzędzi konceptualnych służących do porządkowania czy strukturalizacji tej transdyscyplinarnej problematyki. Kanwą rozważań będzie stanowić konceptualny model „diamentu przestrzeni”, identyfikujący i opisujący cztery główne wymiary przestrzeni z punktu widzenia organizacji. Główną metodykę badawczą stanowiły interdyscyplinarne studia konceptualne. Obok wprowadzenia opracowanie składa się części poświęconej interpretacji przestrzeni jako kategorii ontycznej. W kolejnej części zaprezentowano elementy i strukturę modelu „diamentu przestrzeni” (MDP) oraz identyfikację relacji organizacyjnych w czterech wymiarach. Artykuł zakończono dyskusją i podsumowaniem.

1. Przestrzeń jako aprioryczna kategoria interpretacyjna

Przestrzeń stanowi byt, zjawisko, kategorię, pojęcie obecne zawsze w refleksji człowieka nad otaczającym światem już od czasów starożytności. Punktem wyjścia rozważań podjętych w niniejszym podrozdziale jest odwołanie się do aprioryczności¹ przestrzeni. Według I. Kanta jest to pojęcie *a priori*, czyli jest niezależne od doświadczenia. Oczywiście, każdy człowiek doświadcza przestrzeni, jednak zdaniem Kanta pojęcie to jest dane ludzkiemu umysłowi niezależnie od doświadczenia, jest niejako wrodzone, zakorzenione w umyśle. Jednocześnie bez tego zakorzenionego w umyśle pojęcia przestrzeni nie jest możliwe żadne „inne” doświadczenie w ogóle. Jeżeli przyjąć rozumowanie kantowskie, przestrzeń jawi się jako pierwotna kategoria analizy świata [1]. Oczywiście, w zachodniej tradycji naukowej należy wskazać na inne, równie ważne podejścia do przestrzeni, reprezentowane również przez nauki przyrodnicze. Na przykład I. Newton zakładał absolutystyczne rozumienie przestrzeni w oparciu o mechanikę klasyczną, W. Leibniz postulował relacyjną jej interpretację. A. Einstein udowodnił relatywistyczny, zależny od układu odniesienia charakter przestrzeni [1]. Wydaje się, iż dla człowieka począwszy od starożytności do współczesności przestrzeń stanowiła fundamentalne zjawisko. Dokonując na potrzeby

¹ Aprioryczność nie w ścisłym znaczeniu kantowskim, tylko w znaczeniu kategorii pierwotnej i fundamentalnej.

niniejszego opracowania pewnego uproszczenia², można wyróżnić dwie główne interpretacje przestrzeni obecne w wielowiekowej tradycji nauki i cywilizacji zachodniej: przestrzeń absolutna oraz przestrzeń relacyjna.

Przeźren absolutna istnieje niezależnie od przedmiotów, bytów, przez co możliwe jest wyobrażenie pustej przestrzeni [2]. W tym miejscu można zauważyć, iż interpretacja przestrzeni jako bytu absolutnego, rozumianego jako swoisty zbiornik czy też scenę, na której rozgrywają się zdarzenia, prowadzi do braku zainteresowania przestrzenią jako kategorią interpretacyjną. Badanie bowiem tego zbiornika czy też sceny dla zdarzeń jawi się jako mało interesujące wobec samych zdarzeń czy działań mających tam miejsce.

Przeźren relacyjna natomiast jest pojmowana jako struktura składająca się ze zbioru obiektów oraz relacji między nimi. Obiekty oraz relacje są usytuowane, umiejscowione w sensie fizycznym w określonej przestrzeni. A w zasadzie to te obiekty i relacje wytwarzają przestrzeń, stanowią jej strukturę. Zatem w tym rozumieniu przestrzeń jest subiektywna, powstaje na bazie konfiguracji obiektów materialnych i ich relacji [3]. Jednocześnie należy zauważyć, iż w tym podejściu najczęściej zakłada się, iż obserwator może być aktywnym uczestnikiem przestrzeni, może na nią wpływać, co nie jest możliwe w koncepcji przestrzeni absolutnej. Zarys interpretacji przestrzeni w odniesieniu do perspektywy nauk o zarządzaniu przedstawiono w tabeli 1.

Tabela 1. Interpretacje przestrzeni w perspektywie nauk o zarządzaniu

PRZEŚREN:	ABSOLUTNA	RELACYJNA
Metafora:	zbiornik, scena	struktura, sieć
Człowiek jako:	obserwator	interpretator, uczestnik
Perspektywa nauk o zarządzaniu:	organizacja w określonym miejscu, otoczenie organizacji	sieci międzyorganizacyjne, organizacja sieciowa

Źródło: opracowanie własne.

Jak się wydaje, koncepcja przestrzeni relacyjnej jest znacznie bardziej interesująca z punktu widzenia nauk społecznych i ekonomicznych. W tym przypadku zachodzą bowiem procesy, w których to przestrzeń staje się w pewien sposób graczem, uczestnikiem, a nie tylko tłem czy sceną dla zdarzeń i procesów. Ponadto pojęcie przestrzeni relacyjnej może stanowić interesujący obiekt badań w kontekście analizy relacji wewnątrzorganizacyjnych oraz sieci relacji międzyorganizacyjnych, co znajdzie rozwinięcie w dalszej części artykułu.

² W klasyfikacji czasami wymienia się również przestrzeń względną, autor intencjonalnie pomija to zagadnienie.

2. Identyfikacja przestrzeni relacji

Jak zaznaczono we wprowadzeniu, kanwą dalszych rozważań będzie stanowić konceptualny model „diamentu przestrzeni”³ (MDP). Model ten został opracowany na podstawie szerokich interdyscyplinarnych studiów nad zagadnieniem przestrzeni w kontekście nauk o zarządzaniu [1]. W toku wspomnianych badań zaproponowano wyróżnienie kilku rodzajów czy też wymiarów przestrzeni istotnej z punktu widzenia funkcjonowania organizacji, co przedstawiono w tabeli 2.

Tabela 2. Wymiary „przestrzenne”. Struktura modelu MDP

(P1)	Przestrzeń organizacji	(P1.1) wewnętrzna przestrzeń organizacji (P1.2) zewnętrzna przestrzeń (otoczenie organizacji) (P1.3) struktury organizacyjne
(P2)	Przestrzeń globalna (między lokalnością a globalnością)	(P2.1) przestrzeń sieci (P2.2) przestrzeń globalna (P2.3) przestrzeń lokalna (lokalizacji)
(P3)	Przestrzeń topiczna (kontekstowa)	(P3.1) przestrzeń kultury (P3.2) przestrzeń miejsca (P3.3) przestrzeń kontekstu
(P4)	Cyberprzestrzeń (przestrzeń wirtualna)	(P4.1) przestrzeń sieci (architektura sieci, geografia sieci) (P4.2) przestrzeń doświadczeń (P4.3) przestrzeń wytwarzana (produkcja przestrzeni)

Źródło: opracowanie własne na podstawie [1].

Jednocześnie identyfikując związki, zależności między poszczególnymi wymiarami przestrzeni, przyjęto geometryczną formę modelu, co przedstawiono na rysunku 1. Każdy z wierzchołków posiada trzy wymiary, jak pokazano w tabeli 1, natomiast strzałki w środku symbolizują dynamikę i przenikanie się poszczególnych wymiarów przestrzenności (por. szerzej [1]).

Odnosząc się do głównego celu opracowania, czyli identyfikacji relacji organizacyjnych przy zastosowaniu ww. modelu, przyjęto podejście polegające na klasyfikacji relacji w ramach poszczególnych wymiarów przestrzeni. Oznaczenia P.1, P.2 itd. oraz oznaczenia P.1.1, P.2.1 itd. odpowiadają poszczególnym wymiarom przestrzeni w modelu MDP, natomiast oznaczenia PR.1, PR.2 itd. dotyczą identyfikowanych przestrzeni relacji.

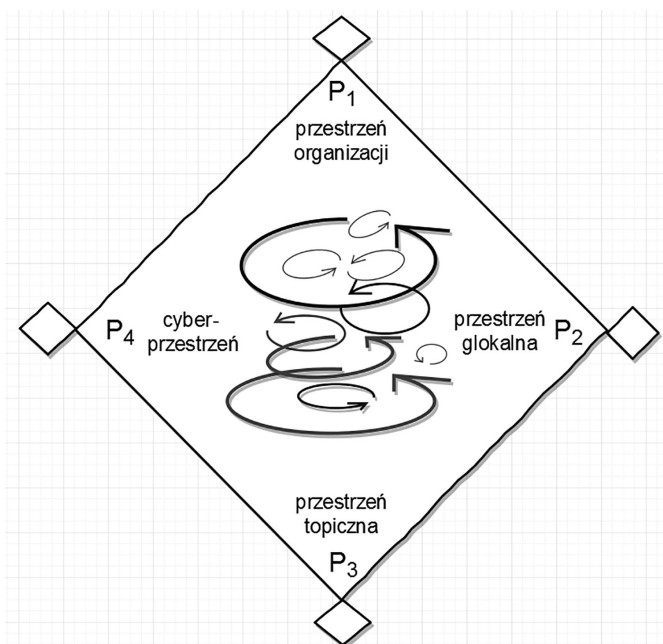
P.1 Przestrzeń organizacji, (P1.1) wewnętrzna przestrzeń organizacji, (P1.2) zewnętrzna przestrzeń (otoczenie organizacji), (P1.3) struktury organizacyjne.

³ Nazwa modelu stanowi oczywiście odwołanie do modelu diamentu Portera, chodzi jednak tylko o użycie ugruntowanego semantycznie w naukach o zarządzaniu metaforycznego zwrotu.

Relacje w przestrzeni organizacji. Jest to najbardziej klasyczna „przestrzeń relacji” (PR.1), związana przede wszystkim z tradycyjną koncepcją organizacji jako bytu materialnego, posiadającego granice i określone miejsce w przestrzeni fizycznej. Zatem możemy tu identyfikować relacje zachodzące w granicach fizycznych organizacji. Ponadto będą to relacje związane z klasyczną kategorią tzw. otoczenia organizacji, czyli środowiska znajdującego się poza jej granicami. Równocześnie ta „przestrzeń relacji” (PR.1) zawiera również relacje np. między poszczególnymi elementami struktury organizacyjnej oraz w ich ramach. Należy zauważyć, iż w tak klasyczny sposób rozumiana „przestrzeń relacji” (PR.1) posiada gasnący potencjał, gdyż, jak zauważa K. Perechuda, mamy coraz częściej „trudności z ustaleniem rzeczywistej lokalizacji firmy, płynne i nieidentyfikowane granice”, czy też narasta zjawisko „przenikania się struktur organizacyjnych firmy i otoczenia” [5, s. 19].

Przykładowe relacje w przestrzeni PR1 – relacje w obrębie struktur organizacyjnych wynikające z hierarchiczności władzy organizacyjnej. Relacje wynikające z form struktur organizacyjnych, np. struktura macierzowa, w której relacje podporządkowania niejako się krzyżują. Relacje z otoczeniem administracyjnym i regulacyjnym.

Rysunek 1. Dwuwymiarowy obraz modelu MDP



Źródło: [1].

P.2 Przestrzeń globalna (między lokalnością a globalnością), (P.2.1) przestrzeń sieci, (P.2.2) przestrzeń globalna, (P.2.3) przestrzeń lokalna (lokalizacji).

Relacje w przestrzeni globalnej. Ta przestrzeń relacji (PR.2) jest związana ze zjawiskiem niejako rozpięcia organizacji między przestrzenią lokalną (lokalizacja w fizycznej przestrzeni miejsca) a przestrzenią globalną. Rozwój technologii spowodował realnie odczuwalną na wielu polach kompresję przestrzeni. Konsekwencją tego zjawiska jest funkcjonowanie przedsiębiorstw na poziomie konkretnej fizycznej lokalizacji w określonym miejscu geograficznym oraz jednocześnie stała relacja z poziomem globalnym, przestrzenią w pewnym sensie niemającą określonej lokalizacji fizycznej. W ramach tej „przestrzeni relacji” (PR.2) identyfikujemy również relacje związane z udziałem przedsiębiorstw w sieciach międzyorganizacyjnych czy też, jak zauważa W. Czakon, w „przestrzeniach międzyorganizacyjnych” [6, s. 27]. Sieć w swej istocie posiada wymiar przestrzenny, chociażby przez fizyczne rozmieszczenie jej elementów czy też przestrzenną konfigurację. Zatem ta przestrzeń relacji będzie odnosić się do analizy relacji występujących w ramach sieci międzyorganizacyjnych; w ramach relacji organizacji z poziomem globalnym oraz w ramach relacji z otoczeniem lokalnym.

Przykładowe relacje w przestrzeni PR.2 – relacje międzyorganizacyjne w ramach globalnych łańcuchów wartości, globalnych sieci produkcyjnych. Relacje związane z modelami biznesu opartymi o offshoring czy outsourcing. Relacje z interesariuszami na poziomie lokalnym, np. przez realizację strategii społecznej odpowiedzialności.

P.3 Przestrzeń topiczna (kontekstowa), (P.3.1) przestrzeń kultury, (P.3.2) przestrzeń miejsca, (P.3.3) przestrzeń kontekstu.

Relacje w przestrzeni topicznej (kontekstualnej). Założeniem związanym z istnieniem oraz znaczeniem tej przestrzeni relacji (PR3) jest występowanie zobiektywizowanej przestrzeni przez wspólne jej doświadczanie z innymi podmiotami, „uczestnikami przestrzeni”. W ten sposób wytwarza się zobiektywizowana fizyczna przestrzeń miejsca, występuje doświadczanie wspólnej przestrzeni kontekstu. Na przykład M. Bratnicki podkreśla, że w odniesieniu do rzeczywistości organizacyjnej potrzebne staje się „budowanie teorii kontekstualnej, (...) specyfikującej jak otaczające zjawiska albo uwarunkowania czasowe bezpośrednio wpływają na zjawiska niższego rzędu” [7, s. 153]. Pojęcie „kontekst” jest używane jako określenie splotu powiązanych, zależnych od siebie czynników, które są potrzebne do skutecznej komunikacji. Szczególne znaczenie ta przestrzeń relacji posiada w ramach zarządzania wiedzą, szeroko pojętego zarządzania innowacjami czy też ogólnie zachowań kreatywnych w organizacji. Można wskazać, że w przypadku zarządzania wiedzą najczęściej wiedzę umieszcza się w pewnej przestrzeni, lokalizując ją. Co ważne, wspólnie dzielona, doświadczana przestrzeń, wspólny kontekst stanowią swoiste terytorium wspólnego przeżywania pracy, zabawy, odpoczynku, wspólnego zrozumienia, co warunkuje skuteczny transfer wiedzy, np. wiedzy ukrytej. Kolejną sferę relacji stanowią relacje wynikające z coraz

większej roli środowiska organizacyjnego opierającego się na wielokulturowości. Zatem ta „przestrzeń relacji” dotyczy np. komunikacji międzykulturowej.

Przykładowe relacje w przestrzeni PR3 – relacje interpersonalne w ramach zespołów kreatywnych, relacje w obrębie *open space* jako relacje związane z komunikacją symboliczną, interpersonalne relacje międzykulturowe, relacje jako komunikacja werbalna i niewerbalna, relacje związane z wewnątrz organizacyjnym i międzyorganizacyjnym przepływem wiedzy ukrytej.

P4 Cyberprzestrzeń (przestrzeń wirtualna), (P4.1) przestrzeń sieci (architektura sieci, geografia sieci), (P4.2) przestrzeń doświadczeń, (P4.3) przestrzeń wytwarzana (produkcja przestrzeni).

Relacje w cyberprzestrzeni. Wirtualizacja dotyczy większości obszarów działalności człowieka, organizacji, społeczeństw, ale również coraz częściej dotyczy również rzeczy (obiektów materialnych). Często z resztą można dostrzec swoiste zacieranie się granic między fizyczną przestrzenią miejsca a cyberprzestrzenią. Coraz częściej zakłada się, iż przeżywanie, doświadczenie w środowisku cyberprzestrzeni może być uważane za jednakowo ważne jak doświadczenie w przestrzeni fizycznej. Cyberprzestrzeń wytwarza nowe miejsca czy też nową przestrzeń dla nowego przeżywania i doświadczenia. My stajemy się konsumentami w ramach nowych przestrzeni czy nowych miejsc w cyberprzestrzeni. Przedsiębiorstwa natomiast stają się producentami, wytwórcami przestrzeni. Przestrzeń ta opiera się na sprzężeniu między zachowaniami konsumentów oraz wytwórców. Stanowi ona swoiste miejsce manifestacji ludzkich zachowań, tworząc jednocześnie przestrzeń wartości. Głównymi celami konsumpcji (wartościami dla konsumentów) stają się: doświadczenie nowych wrażeń, poczucie satysfakcji, doświadczenie przyjemności. Jak zauważa C. Suszyński, „owe zindywidualizowane czy wręcz spersonalizowane doświadczenia są źródłem unikalnej wartości, tak dla konsumentów, jak i dla samych przedsiębiorstw, stąd te ostatnie nie mogą już tworzyć wartości wyłącznie w autonomicznym procesie” [8, s. 35]. Zatem wartość dla konsumenta nie pochodzi z zewnątrz jak w klasycznych modelach biznesowych, lecz jest współtworzona, wytwarzana w środowisku przestrzeni wirtualnej. Strategie przedsiębiorstw ukierunkowują się coraz bardziej na tworzenie nowych przestrzeni zachowań w cyberprzestrzeni.

Przykładowe relacje w przestrzeni PR4 – relacje związane ze zjawiskiem prosumeryzmu i relacje związane z procesem tworzenia wartości, relacje między producentami i konsumentami, relacje aktywności przedsiębiorstw i konsumentów w mediach społecznościowych, coraz bardziej dostrzegalne relacje o charakterze „człowiek – maszyna”.

3. Dyskusja w kontekście rozwoju teorii nauk o zarządzaniu

Podjęmowana w niniejszym artykule problematyka nie jest nowa. Należy zauważyć, że zarówno dorobek teoretyczny, jak i badania empiryczne w zakresie problematyki sieci międzyorganizacyjnych oraz znaczenia „relacyjności” w funkcjonowaniu organizacji są dobrze rozwinięte.

Na uwagę zasługuje dorobek polskiego środowiska naukowego, jak np.: A.K. Koźmińskiego [9], J. Lichtarskiego [10], B. Nogalskiego [11], J. Niemczyka, E. Stańczyk-Hugiet [12], J. Stachowicza [13], W. Czakona [14], A. Zakrzewskiej-Bielawskiej [15, 16] D. Jemielniaka, D. Latusek-Jurczak, P. Krzyworzeki [17], Z. Olesińskiego [18] i wielu innych. Wydaje się jednak, iż można przyjąć, że klasyfikacja „przestrzeni relacji” przedstawiona w artykule może stanowić element dyskusji nad rozpoznawaniem wyzwań, przed którymi stają współczesne organizacje. Jednocześnie autor pragnie zauważyć, iż problematyka przestrzeni, jako kategoria ontyczna i epistemologiczna, stanowi dość trudny obszar badań, również z uwagi na dużą interdyscyplinarność. Jednakże, jak zauważa Ł. Sułkowski, „Współcześnie wyłaniają się zupełnie nowe pola badawcze, które nie znajdują odzwierciedlenia w tradycyjnej strukturze dziedzin i dyscyplin naukowych. Są one właściwie ze swej istoty interdyscyplinarne” [19, s. 4].

Wydaje się, iż studia konceptualne w zakresie przestrzeni, zarówno teoretyczne, jak i empiryczne, posiadają duży potencjał. Warunkiem powodzenia takich prac badawczych jest, jak się wydaje, odejście od metaforycznego traktowania przestrzeni oraz wypracowanie pewnej metodyki konceptualizacji. K. Krzyżanowski uznaje, iż jedno z podejść metodologicznych w naukach o zarządzaniu stanowi grupa metod konceptualnych, którą charakteryzuje „szerokie, otwarte podejście badawcze, analityczne, metaforyczne i spekulatywno-hipotetyczne, wykorzystujące zarówno indukcję, jak i dedukcję, skierowane raczej na jakościowe ujęcie rzeczywistości, dość luźno i tylko wycinkowo związane z empirią” [20, s. 285]. Natomiast S. Sudoł zwraca uwagę, iż jednym z trzech niezbędnych warunków skutecznego zapobiegania niebezpieczeństwu dezintegracji nauk o zarządzaniu jest „niezaniechanie studiów teoretycznych w dyscyplinie” [21, s. 30]. Wydaje się, że można wyrazić pogląd, iż niniejsze opracowanie wychodzi naprzeciw potrzebie rozwoju podejść teoriopoznawczych i metodologicznych w naukach o zarządzaniu, stanowiąc niewielki przyczynek do naukowej dyskusji.

Podsumowanie

Problematyka sieci relacji organizacyjnych wydaje się bardzo ważna z naukowego punktu widzenia, gdyż żyjemy w świecie sieci, a sieci opierają się na relacjach. Jednocześnie badanie sieci, jak również relacji jest zagadnieniem trudnym zarówno z metodologicznego punktu widzenia, gdyż wymaga budowy holistycznych narzędzi badawczych, opartych najczęściej na podejściach ilościowych, jak i jakościowych. Jest trudne również dlatego, iż, jak się wydaje, wymaga kompetencji interdyscyplinarnych.

Niniejszy artykuł został oparty na przeświadczeniu, że jednym z ważnych, a nie- zbyt popularnych problemów naukowych jest zagadnienie przestrzeni *sensu stricto* w stosunku do analizy relacji organizacyjnych. Założono, iż jeżeli relacje organizacji zachodzą w przestrzeni, czy też przestrzeniach, to przestrzeń w jej ontycznym i epistemicznym wymiarze może stanowić interesujący i oryginalny obiekt badań. Głównym przesłaniem niniejszego tekstu było przeświadczenie, z jednej strony, o istotnym znaczeniu przestrzeni jako kategorii interpretacyjnej w naukach o zarządzaniu, z drugiej strony, spostrzeżenie o występowaniu pojęcia przestrzeni najczęściej w formie metaforycznej.

Celem artykułu była identyfikacja „przestrzeni relacji” przy zastosowaniu wymiarów przestrzenności określonych w modelu „diamentu przestrzeni”. Określono zatem cztery zespoły „przestrzeni relacji” organizacyjnych: relacje w przestrzeni organizacji (PR1), relacje w przestrzeni globalnej (PR2), relacje w przestrzeni topicznej (PR3) oraz zespół relacji w cyberprzestrzeni (PR4). Przedstawiona charakterystyka wielowymiarowych przestrzeni istotnych w punktu widzenia działalności współczesnych organizacji, oparta o konceptualny, bazujący na geometrii fraktalnej model, stanowi zdaniem autora teoriiotwórczy wkład do nauk o zarządzaniu. Jednocześnie zaprezentowana aplikacja modelu w zakresie identyfikacji i analizy relacji międzyorganizacyjnych może stanowić element weryfikacji jego użyteczności. Przedstawione analizy nie wyczerpują, oczywiście, podjętej tematyki i można postulować dalsze badania w tym zakresie. Szczególnie, że po etapie konceptualizacji kolejnym krokiem powinna być weryfikacja empiryczna. Zatem dalszy etap badań będzie prowadzony w kierunku eksperymentalnej weryfikacji empirycznej modelu w oparciu o metodykę badań jakościowych i ilościowych. Jednakże wydaje się, iż już na tym etapie badań można wyrazić nadzieję, iż zaprezentowane podejście konceptualne stanowić może pewien przyczynek do naukowej dyskusji w ramach rozwoju teorii nauk o zarządzaniu.

Bibliografia

- [1] Pachura P, *O przestrzeni w zarządzaniu. Studium metodologiczne*, PWN, Warszawa 2016.
- [2] Bathelt H., Glückler J., *Resources in economic geography: From substantive concepts towards a relational perspective*, „Environment and Planning A” 2005, No. 37.
- [3] Bathelt H.H., Glückler J., *Toward a Relational Economic Geography*, „Journal of Economic Geography” 2003, Vol. 3.
- [4] Garretsen H., Martin R., *Rethinking (New) Economic Geography Models: taking Geography and History more seriously*, „Spatial Economic Analysis” 2010, No. 5.
- [5] Perechuda K., *Dyfuzyja wiedzy w przedsiębiorstwie sieciowym, Wizualizacja i kompozycja*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego we Wrocławiu, Wrocław 2005.
- [6] Czakon W. *O ograniczeniach strukturalizmu w badaniach sieci międzyorganizacyjnych*, „Organizacja i Kierowanie” 2014, nr 1A (159).
- [7] Bratnicki M., *Przedsiębiorczość organizacyjna: Orientacja, dynamiczna zdolność i kontekst*, [w:] *Rozwój szkoły zasobowej zarządzania strategicznego*, Krupski R. (red.), Prace Naukowe Wałbrzyskiej Wyższej Szkoły Zarządzania i Przedsiębiorczości, Seria: Zarządzanie, Wałbrzych 2011.
- [8] Suszyński C., *Współtworzenie wartości jako proces przesuwający granice organizacji i zarządzania*, [w:] *Granice zarządzania*, Romanowska M., Cygler J. (red.), Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2014.
- [9] Koźmiński A.K., Latusek-Jurczak D. (red.), *Relacje międzyorganizacyjne w naukach o zarządzaniu*, Oficyna Wolters Kluwer Business, Warszawa 2014.
- [10] Lichtarski J., *Współdziałanie gospodarcze przedsiębiorstw*, PWE, Warszawa 1993.
- [11] Nogalski B., Karpacz J., Wójcik-Karpacz A., *Organizacyjne uczenie się w perspektywie relacji międzyorganizacyjnych*, [w:] *Relacje międzyorganizacyjne w naukach o zarządzaniu*, Koźmiński A., Latusek-Jurczak D. (red.), Oficyna Wolters Kluwer Business, Warszawa 2014.
- [12] Niemczyk J., Stańczyk-Hugiet E., Jasiński B., *Sieci międzyorganizacyjne. Współczesne wyzwania dla teorii i praktyki zarządzania*, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 2012.
- [13] Stachowicz J., *Presja innowacji w zarządzaniu: w kierunku nowego paradygmatu organizacyjnego zarządzania*, [w:] *Współczesne kierunki rozwoju nauk o zarządzaniu*, Rokita J. (red.), Górnośląska Wyższa Szkoła Handlowa w Katowicach, Katowice 2008.
- [14] Czakon W., *Zarządzanie międzyorganizacyjne jako kompetencja przedsiębiorstwa*, [w:] *Relacje międzyorganizacyjne w naukach o zarządzaniu*, Koźmiński A., Latusek-Jurczak D. (red.), Oficyna Wolters Kluwer Business, Warszawa 2014.
- [15] Zakrzewska-Bielawska A., *Potencjał relacyjny a innowacyjność przedsiębiorstwa – w kierunku open innovation*, „Management Forum” 2016, Vol. 4, No. 1, pp. 3–10.

- [16] Zakrzewska-Bielawska A., *Tworzenie i apropriacja wartości jako cel strategii relacyjnej przedsiębiorstwa*, Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu nr 444, *Zarządzanie strategiczne w teorii i praktyce*, Wrocław 2016, s. 609–622.
- [17] Krzyworzeka P., Jemielniak D., *Władza w międzyorganizacyjnych relacjach, międzyorganizacyjnych* [w:] *Relacje międzyorganizacyjne w naukach o zarządzaniu*, Koźmiński A., Latusek-Jurczak D, (red.), Oficyna Wolters Kluwer Business, Warszawa 2014.
- [18] Olesiński Z., *Paradygmat sieciowy w nauce organizacji i zarządzania* [w:] *Współczesne formy relacji międzyorganizacyjnych; współpraca – kooperacja – sieci*, Borowiecki R., Rojek T. (red.), Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, Kraków 2014.
- [19] Sułkowski Ł., *Mosty zamiast murów – integracja nauki wokół nowych pól badawczych*, „Organizacja i Kierowanie” 2008, nr 2(132).
- [20] Krzyżanowski L., *O podstawach kierowania organizacjami inaczej*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1999.
- [21] Sudoł S., *Podstawowe problemy metodologiczne nauk o zarządzaniu*, „Organizacja i Kierowanie” 2014, nr 1(161).

IDENTYFIKACJA RELACJI ORGANIZACYJNYCH W KONTEKŚCIE ONTOLOGII PRZESTRZENI

Streszczenie

Punktem wyjścia i główną motywacją do przygotowania niniejszego artykułu była obserwacja, iż w polskiej oraz światowej literaturze naukowej występuje stosunkowo niewielka liczba publikacji poświęconych analizie problematyki przestrzeni w jej ontologicznym rozumieniu, a odnoszących się jednocześnie do wyzwań stojących przed zarządzaniem organizacjami. Celem artykułu jest przyczynek do konceptualizacji zagadnienia przestrzeni w kontekście identyfikacji zespołów relacji organizacji. Identyfikacje zespołów relacji organizacyjnych przeprowadzono na podstawie zastosowania autorskiego modelu „diamentu przestrzeni”, opisującego główne wymiary przestrzenności z punktu widzenia funkcjonowania organizacji. Wynikiem badań jest określenie zespołów relacji w czterech wymiarach: relacji w przestrzeni organizacji, relacji w przestrzeni globalnej, relacji w przestrzeni topicznej oraz zespół relacji w cyberprzestrzeni.

SŁOWA KLUCZOWE: PRZESTRZEŃ, ORGANIZACJA, RELACJE, MODEL „DIAMENTU PRZESTRZENI”

THE IDENTIFICATION OF ORGANIZATIONAL RELATIONS IN A CONTEXT OF ONTOLOGY OF SPACE

Abstract

The starting point and the main motivation for this article preparation was an observation that in the Polish and world scientific literature is the relatively low number of publications devoted to the analysis of the problems of space in its ontological meaning, and both relating to the challenges facing the management of organizations. The aim of the article is a contribution to the conceptualization of the space issues in the context of identifying groups of organizational relations. This identification of organizational relations was based on an implementation of model of "Diamond space", describing the main dimensions of spatiality from the point of view of the organization. The result of the research is identification relationships in four dimensions: relationships in organizational space, relationships in the global space, relations in contextual space and relationships in cyberspace.

KEY WORDS: SPACE, ORGANIZATION, RELATIONS, MODEL OF „DIAMOND SPACE”