

MORALNA ODPOWIEDZIALNOŚĆ W BIZNESIE

Krystyna SKURJAT*

* Wydział Nauk o Bezpieczeństwie, Wyższa Szkoła Oficerska Wojsk Lądowych imienia generała Tadeusza Kościuszki
e-mail: kskurjat@wp.pl

Artykuł wpłynął do redakcji 20.09.2013 r., Zweryfikowaną i poprawioną wersję po recenzjach i korekcie otrzymano w marcu 2014 r.

© Zeszyty Naukowe WSOWL

Etyka działalności gospodarczej tworzona i uprawiana jest na wiele sposobów. Trwają spory o jej cele, założenia i metody. Pomimo rozlicznych rozbieżności, rysuje się główny kierunek całościowo prowadzonych rozważań nad biznesem oraz nad samą etyką ogólną. Wskazuje się na potrzebę silniejszego zaakcentowania obowiązywalności norm moralnych jako reguł skutecznie chroniących bezpieczeństwo gromadnego życia. Podkreśla się, że normy etyczne (wraz z zasadami o charakterze prakseologicznym, sprawnościowym oraz ekonomicznym) w większym stopniu powinny wyznaczać sposoby prowadzenia działalności gospodarczej i określać podmiotowy oraz przedmiotowy zakres odpowiedzialności firmy.

Etyka życia gospodarczego nawiązuje do tradycji filozofii moralnej. Domaga się wprowadzenia moralnego ład w biznesie i dopomina się o jego uprawomocnienie.

Słowa kluczowe: etyka biznesu, odpowiedzialność moralna, humanizm

WSTĘP

Etyka (gr. *ethos* – obyczaj, zwyczaj, *ethikos* – obyczajowy) to filozoficzna nauka o moralności. Odwołuje się do dosyć rozległej i zróżnicowanej przestrzeni wartości. Uczy, że normy moralne są normami najwyższego rzędu o charakterze powinnościowym. Skoro określają to, co być powinno, należy zapytać: ze względu na co, na jakie nadrzędne racje nakazy i zakazy moralne spełniają swoją doniosłą funkcję? I jeszcze: co zostanie zaprzepaszczone, zdegradowane, niezrealizowane w ludzkim świecie wtedy, kiedy normy te zostaną odrzucone, uznane za zbędne?

Etyka podejmuje próby scalania i rozwijania poznania etycznego, określa istotę moralnej słuszności, kształtuje postawy moralne, wskazuje na możliwości uprawomocnienia doświadczenia moralnego i na kryteria moralnych wyborów.

1. ETYKA, POWINNOŚĆ, AMORALIZM

Etyka w aspekcie opisowym zajmuje się badaniem i porządkowaniem zwyczajów i obyczajów moralnych, w normatywnym – wytyczaniem norm moralnego postępowania. „Etyka biznesu adaptuje metody i cele etyki normatywnej, dostosowując je do konkretnych wymagań związanych z problemami moralnymi występującymi w działal-

ności gospodarczej. Jej przedmiotem są rzeczywiste wymogi moralne tworzące się w tej właśnie sferze funkcjonowania cywilizacji. W tym zakresie etyka biznesu zajmuje się zarówno organizacjami czysto komercyjnymi, jak i organizacjami nienastawionymi na zysk”¹.

Istnieje współzależność pomiędzy poziomem etyki ogólnej i etyki zawodowej, której częścią jest etyka biznesu. W społeczeństwach o wysokiej kulturze ogólnej, także w działalności menedżerskiej obejmującej: gospodarkę, wymianę handlową oraz szeroko rozumiane problemy pracy, konkurencji, promocji i reklamy, również i w relacjach ludzi biznesu z innymi podmiotami działalności gospodarczej oraz w stosunku do środowiska przyrodniczego, przejawia się dbałość o realizowanie funkcji zawodowych biznesmenów w zgodzie z dosyć wysokimi wymaganiami, stawianymi przez samą etykę.

Nie oznacza to jednak, że znaczna większość ludzi biznesu jest skłonna udzielać pierwszeństwa etyce przed praktykowaniem zasady skuteczności ekonomicznej jako reguły nadrzędnej. Nadal dosyć rozpowszechniony jest amoralizm². Amoralizm to obojętność na wartości, ideały i normy moralne. Postawa ta, w odniesieniu do działalności gospodarczej, opiera się na przekonaniu, że im skuteczniej przestrzega się przyjętych społecznie standardów moralnych, tym mniejszy osiąga się zysk³. Warto zauważyć, że sposób myślenia ukierunkowany na uprawianie biznesu poprzez kierowanie się przy podejmowaniu decyzji wyłącznie względami finansowymi nigdy nie był powszechnie ceniony i praktykowany.

O tym, że tak było w istocie można się przekonać, sięgając do dorobku filozofii starogreckiej. Arystoteles (384–322) preekonomię i etykę określał wspólnym mianem „filozofii moralnej”. Jako wiedza praktyczna ekonomika odnosiła się do „gospodarstwa domowego”, obejmującego „człowieka i mienie” (Arystoteles, *Ekonomika*) i oznaczała sztukę skutecznego i efektywnego gospodarowania. Ekonomika, jako pożyteczna umiejętność podejmowania trafnych decyzji, które prowadzą do zapewnienia dostatniego i szczęśliwego życia uczyła, jak posługiwać się środkami, które w naturalnych warunkach życia spełniają służebną funkcję wobec kultury duchowej i samego człowieka.

¹ J. S. Kordas, M. Wójcik – Augustyniak, *Zarządzanie w przedsiębiorstwie*, wyd. Difin, Warszawa 2008, s. 86–87.

² Amoralizm gospodarczy głosił B. Mandeville (1670–1733), pisząc w *Bajce o pszczołach*:
 „Splendorem nie jest cnota goła,
 A więc kto o Wiek Złoty woła,
 Pragnąc moralność mieć surową,
 Niech ma i dietę żołądźkową”.

I jeszcze:

„Przeniknął wszystko duch kręactwa,
 Nie było fachu bez matactwa”.

Holenderski pisarz uzasadniał pogląd, że egoizm, lenistwo, kłamstwa, wybiegi stają się publicznymi cnotami, ponieważ pobudzają działalność gospodarczą.

³ W. Gasparski, *Wykłady z etyki biznesu. Nowa edycja uzupełniona*, Wydawnictwo WSPiZ im. L. Koźmińskiego, Warszawa 2007, s. 212 pisze: „Pogląd taki wyraził niedawno prezes jednej z zagranicznych korporacji działających na polskim rynku, do którego zwróciłem się o współudział w ufundowaniu ośrodka etyki biznesu, który miałby się zajmować analizą etycznej strony polskiej gospodarki, na wzór Katedry Etyki Biznesu ufundowanej przez brytyjską firmę Dixon w London Business School tamtejszego Uniwersytetu. Nie mam czasu na etykę, muszę dbać o zysk” – powiedział ów prezes”.

Warto pamiętać, że – według Arystotelesa – naczelnym i osiągalnym dla człowieka dobrem jest *eudajmonia*, dobro autoteliczne, które oznacza nagromadzenie w osobowości ludzkiej najwyższych wartości i dlatego „Życie (...) wpływające na zdobywaniu majątku nie jest tym dobrem, którego szukamy, wszak jest ono czymś tylko pożytecznym i jest środkiem do celu”⁴.

Na współzależność pomiędzy moralnością a biznesem wskazywała również nowożytna ekonomia. Na przykład Adam Smith (1723–1790) łączył dwie profesje: etyka i ekonomisty. Od *Teorii uczuć moralnych* (1759), którą pisał jako etyk, przeszedł do ekonomii (*Badania nad przyczynami i naturą bogactwa narodów*, 1776)⁵. Ten szkocki myśliciel zajmował się zarówno problemami gospodarki rynkowej, kapitalizmu, liberalizmu, jak i zagadnieniami z zakresu filozofii moralnej (*moral philosophy*). Na uniwersytecie w Glasgow wykładał ten przedmiot jako ważny dział filozofii praktycznej.

Zaś Benjamin Franklin (1706–1790), jeden z „Ojców Założycieli” Stanów Zjednoczonych Ameryki, uzasadniał pogląd, że właściwie realizowana działalność gospodarcza wymaga praktykowania trzynastu cnót: umiaru; milczenia; ładu; postanowienia, tj. odpowiedzialności; oszczędności, tzn. niemarnotrawienia niczego; pracowitości, tj. poszanowania czasu; szczerości, tzn. nieuciekania się do się do krzywdzącego oszustwa; sprawiedliwości, tj. niewyrządzania zła na przykład przez pozbawianie należnych korzyści; powściągliwości, tzn. unikania krańcowości; czystości; spokoju, tj. dystansu wobec zdarzeń pospolitych i nieuchronnych; dyscypliny wewnętrznej, tj. nieulegania nałogom; pokory, tj. niewywyższania się ponad innych⁶.

Również wpływowy ekonomista i filozof angielski John Neville Keynes nakłaniał do przyjmowania w ekonomii jako teorii oraz w praktyce gospodarowania moralnego punktu widzenia. Wyróżniał ekonomię jako naukę pozytywną (*positive economics*), ekonomię normatywną (*normative economics*), ekonomię jako sztukę skutecznego działania (*the art of economics*), przez co podkreślał i uzasadniał potrzebę moralnej perspektywy w procesie tworzenia ładu gospodarczego.

Etyka ma własny przedmiot, cel i metodę badań. Wciąż toczą się spory o znaczenie, o zadania i o misję etyki pomiędzy dwiema szkołami myślenia: „Jedna ma charakter *podmiotowy*, a jej domeną staje się wskazanie, jaki to powinien być dany, pojedynczy człowiek <w sobie>, w swej *etycznej potencji* tak, aby – jeśli przyjdzie czas dowolnej próby– mógł sprostać stawianym wymaganiom w aktualizacyjnych doświadczeniach. Te ostatnie nie są jednak konieczne, ponieważ naprawdę chodzi tylko o to, co zawiera w swych właściwościach wyizolowany, podmiotowy nośnik etycznych kwalifikacji. Etyka mówi ci, jaki powinieneś być, i ocenia cię w tym, *kim jesteś*, a więc *jakimi cechami dysponujesz*.

(...) Drugi, *przedmiotowy* sposób podejścia odwołuje się do *treści czynu*, a więc w konsekwencji do *przedmiotu* tej aktywności. W tym ujęciu nie ma w zasadzie mowy o tym, jakim mam być ja – podmiot działania, lecz *co powinienem robić*, a zatem co

⁴ Arystoteles, *Etyka nikomachejska*. Wstęp, przekład, przypisy D. Gromska, Warszawa 1956.

⁵ Według Adama Smitha człowiek nie potrafiłby żyć w społeczeństwie, gdyby zadowolął się nieuzasadnioną aprobatą innych ludzi. Dlatego sama natura ukierunkowała jego zachowania w ten sposób, aby poddawał swoje czyny osądowi sumienia i liczył się z tym, co jest aprobowane przez ogół.

⁶ B. Franklin, *Żywot własny*. Przełożył Julian Stawiński. Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa 1960.

powinien *otrzymać ode mnie on – drugi człowiek*”⁷. Stanowiska te są wobec siebie komplementarne, a przedmiotem etyki jest istota dobra i zła, pozytywne lub negatywne postępowanie, moralne powinności, osobowe wzorce i ideały moralne. Etycy formułują i interpretują normy moralne, kładą nacisk bądź na sferę etyki indywidualnej, bądź dobrowolnych zobowiązań, albo moralności społecznej, a poprzez poddanie ich próbie konfrontacji z wartościami: poznawczymi, użytkowymi, ekonomicznymi itd. uzasadniają przekonanie, że postępowanie niezgodne z nakazami etycznymi jest naganne. Zarówno etyka, jak i moralność zabraniają instrumentalnego traktowania człowieka jako adresata czynności skierowanych ku niemu przez innych ludzi działających w sytuacjach, kiedy spełniają oni zasady moralnego obowiązku.

Etyka jest dyscypliną aksjologiczną, ponieważ odwołuje się do wartości, w tym do wartości najwyższej: do człowieczeństwa. Człowieczeństwo jest szczególnego rodzaju strukturą ontyczną, na którą, jak pisze R. Ingarden, składają się: akty świadomości, umiejętność wartościowania celów i skutków wyborów moralnych. Jest to osobowość rozumiana jako „centrum dyspozycyjne” oraz „punkt przecięcia”, w którym zbiegają się wszystkie świadome czyny i działania. Jest to „podmiot samoświadomości”, „spełniacz aktów i czynów człowieka”, „nosiciel i sprawca aktów woli”, „podmiot odpowiedzialny” za swoiście ludzki sposób bytowania. Głęboka struktura człowieka nie jest autonomiczna w stosunku do osoby (duszy), ale jest przez nią uwarunkowana⁸. Trzeba podkreślić, że „dusza” – to „ja” człowieka, to esencja osoby decydująca o zachowaniu, a nie skrzydlate widmo, niematerialny „byt” zawarty w materii ożywionej i nieożywionej.

Kiedy mówi się o człowieku jako o najwyższej wartości, to ma się na uwadze, że jest on koniecznym warunkiem zaistnienia wszelkich innych wartości i że jest wartością nieredukowalną do jakiegokolwiek innej. Tak skonstruowany humanizm⁹ wymaga

⁷ J. Lipiec, *Koło etyczne*, Wydawnictwo Fall, Kraków 2005, s. 22.

⁸ R. Ingarden, *Spór o istnienie świata. Ontologia egzystencjalna*, t.1, wyd. III zmienione. Przekład D. Gierulanka, PWN, Warszawa 1987, s. 193, pisał: „Im dusza pełniejsza wewnątrz, im bardziej bogata, im większy zasób sił w sobie kryjąca, tym bijący z niej strumień świadomości jest różnorodniejszy, tym żywszy i intensywniejszy, tym większe napięcie trwania posiada i tym doskonalsze jest wewnętrzne samouświadomienie (samowiedza), jaką podmiot zdobywa w rozpościerających się przeżyciach. Dzięki temu zaś tym bardziej harmonijna i skoncentrowana staje się budowa wewnętrzna osoby krystalizującej się w danym człowieku”.

⁹ Pojęcie „humanizmu” Leszek Kołakowski, *Katolicyzm i humanizm*, [w:] *Światopogląd i życie codzienne*, PIW, Warszawa 1957, s. 143–144, tak oto definiuje:

„Pytając, czy jakaś moralna doktryna daje się zakwalifikować jako humanistyczna, pytamy co najmniej (choć nie wyłącznie) o to, czy spełnia ona następujące warunki:

- Czy uznaje, że człowiek jest właściwym źródłem ocen, wartości i nakazów moralnych?
- Czy uznaje, że sprawy człowieka, tak lub inaczej pojęte, są naczelnym kryterium moralnej oceny?
- Czy uznaje, że człowiek jest właściwym i naczelnym przedmiotem tego postępowania, które daje się w ogóle moralnie oceniać?
- Czy uznaje, że człowiek jest zdolny własnym wysiłkiem osiągnąć doskonałość moralną lub przynajmniej doprowadzić ją do wysokiego poziomu?
- Czy uznaje, że wartość jaką człowiek zdobywa, i godność ludzka pochodzą od samego człowieka?
- Czy uznaje, że człowiek jest wartością najwyższą lub też, mówiąc słowami Kanta, czy człowiek dla moralności jest celem samym w sobie?

od swoich zwolenników, aby brali odpowiedzialność za teraźniejszość i przyszłość: „zachowanie społeczne jako rola” i jako aktywność jednostek w obszarze „życia publicznego” (Helmut Plessner) wskazuje na specyficzne imperatywy etyczne określające ważne sfery ludzkiego doświadczenia w tym również tego, które jest koniecznym warunkiem sprawnego wykonywania zadań biznesmena.

Człowiek współczesny nie tylko coraz skuteczniej doskonali warunki życia, ale także formuje samego siebie jako człowieka pełnego. Jego rozwój osobisty nie realizuje się według jednego wzorca. Poziom kultury, metody wychowania, samodzielna praca nad sobą kształtują osobowość jako skomplikowany system ustosunkowań człowieka wobec świata. Umiejętności autokreacyjne, samosterowność, rozumiana m.in. jako umiejętność podejmowania trafnych decyzji, motywacja do pogłębiania wiedzy, świadomość celów, konsekwencja w działaniach oraz zdobywanie zaufania postępowaniem uczciwym i odpowiedzialnym łączą się ze sobą, tworząc zbiór moralnych kompetencji.

Oryginalną teorię moralnego rozwoju człowieka stworzył Lawrence Kohlberg i, chociaż wzbudziła ona zastrzeżenia niektórych badaczy, to jednak wyróżnia ona różnorodne motywacje, wskazuje na sposoby rozwiązywania konfliktów, na rozumienie „interesu własnego”, kształtuje świadomość następstw wyborów moralnych, zdolność (lub jej brak) do kierowania się zasadami uniwersalnymi itd. Ponieważ jest ona dosyć dobrym narzędziem do analizy poziomu socjomoralnego rozwoju człowieka, warto jest przyjrzeć się jej.

Tabela 1. Rozwój moralny człowieka według koncepcji L. Kohlberga

Stadia rozwoju	Cel	Uzasadnienie moralności	Refleksja moralna	Perspektywa działań	Relacja ja – oni	System moralny	Symboliczne hasło
I. Poziom prekonwencyonalny 1. Posłuszeństwo i kara 2. Indywidualizm i wzajemność	korzyści osobiste	moralność wymuszona za pomocą kar moralność opłacana za pomocą nagród	nie istnieje – działanie instynktowne zasada wzajemności	doraźna sytuacja oddzielenie sytuacji od korzyści	nie jest rozpatrywana słaba	egoizm krótkowzroczny	zrób to, bo inaczej... co będę z tego miał(a) ?
II. Poziom konwencyonalny 1. Konformizm grupowy 2. Prawo i	korzyści osobiste	moralność motywowana przez akceptację grupową moralność motywowana przez	normy służą grupie normy są potrzebne społeczności	oddzielenie sytuacji od korzyści w dłuższym czasie	porządkowa – nie norm grupy	egoizm dalekowzroczny	bądź dobrym kolegą! to, co legalne, jest

Odpowiedź twierdzącą na te wszystkie pytania uważam za niezbędny jakkolwiek niedostateczny chyba warunek moralności humanistycznej.

(...) Na możliwe obiekcje, że pojęcie moralności humanistycznej konstruuje się tutaj w ten sposób, że tylko świeckie teorie mogą je sobie przyswoić, a każda moralność religijna pozbawia się z góry do niego uprawnień odpowiadam: sens historycznie powstałego humanizmu zawsze, od początku swej historii był antyreligijny, laicki i ziemski. Charakteryzując pojęcie moralności humanistycznej jako przeciwstawne religijnemu pogładowi na świat, nie staram się czynić nic innego, jak wydobyc sens nadany temu pojęciu przez jego autentyczną historię, jakkolwiek wiem dobrze, jak często słowo <humanizm> występuje na kartach pism Maritaina i niektórych innych pisarzy katolicyzmu”.

porządek		akceptację społeczną					etyczne
III. Poziom post-konwencyonalny							
1. Społeczny kontrakt	korzyści społeczne	człowiek wybiera działania korzystne dla społeczeństwa	poszukiwanie uzasadnienia dla wyborów korzystnych społecznie			konsekwencjalizm	grzesz odważnie!
2. Zasady uniwersalne		człowiek odkrywa uniwersalne zasady korzystne dla społeczeństwa	poszukiwanie norm uniwersalnych dla wyborów korzystnych społecznie	długo-okresowa uniwersalna	członkowie społeczeństw tworzą dla siebie normy działalności	deontologizm	człowiek jako cel (działania nakierowane na drugiego człowieka)

Źródło: B. Klimczak, *Etyka gospodarcza*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego we Wrocławiu, Wrocław 2006, s. 34.

Nie ma tu miejsca na szczegółową analizę poszczególnych faz rozwoju moralnego człowieka oraz na zaprezentowanie stanowiska autorki niniejszego tekstu w zawiłych sporach na ten temat. Natomiast na pewno należy podkreślić główną myśl tych dyskusji, że człowiek ma moc sprawczą, która przejawia się zarówno w procesie tworzenia cywilizacji i kultury, jak i jego własnej osobowości. Jako byt świadomy i wolny, człowiek ukierunkowuje swoje działania ku wyższemu celom – wymaganiom, które są możliwe do zrealizowania w przyszłości. Aspiruje wtedy ku temu, co lepsze i doskonalsze w sferach: techniki i kultury, ustroju społecznego i ekonomicznego, moralności indywidualnej i etyki społecznej.

2. ETYKA A BIZNES

Jest to problem istotny społecznie, ponieważ bezpośrednio dotyczy grup pracowników, pracodawców oraz społeczności jako zbioru konsumentów. Chodzi o wypracowanie strategii przedsiębiorstw ukierunkowanej na zmaksymalizowanie korzyści ekonomicznych, ale takiej strategii, która realizowana jest z poszanowaniem zasad odpowiedzialności społecznej firmy.

Etyczne zachowanie firm wobec kupujących wymuszają rządowe agendy, które m.in. poprzez wydawanie certyfikatów na dopuszczenie produktu do obrotu na rynku, dokonują kontroli przedsiębiorstw. Można jednak wskazać na liczne przykłady zachowań, które świadczą, jak mało skuteczne są te działania i jak często agendy te są narażone na korupcję, jak są źle zorganizowane, i – co niezmiernie ważne – jak nie są wystarczająco informowane o szkodliwych, a nawet niebezpiecznych właściwościach wytworów oferowanych przez podlegające ich kontroli przedsiębiorstwa¹⁰.

¹⁰ W artykule *Tajne akta medycyny*, *Świat Wiedzy*, 2013 nr 8, s. 23–24, czytamy: „Większość badań nad lekami opłacana jest przez koncerny farmaceutyczne. Możliwość wpływu zleceniodawców na wyniki testów są przez to ogromne – co ma fatalne skutki dla pacjentów. Scott Reuben dowiódł, że substancje czynne celekoksyb i rofekoksyb nadają się idealnie do wykorzystania w terapii przeciwbólowej. W 21 badaniach medycznych obie wypadły wyjątkowo dobrze. Działania uboczne? Prawie żadnych. Reu-

Jak wykazują badania, coraz bardziej upowszechnia się wśród biznesmenów świadomość, iż zachowania nieetyczne przynoszą znacznie większe straty niż doraźne zyski, osiągnane zwykle kosztem utraty wiarygodności firmy i że o pozytywnym wśród konsumentów obrazie firmy także dzisiaj decydują: jakość produktów, prestiż, solidność, niezawodność, odpowiedzialność w realizowaniu zobowiązań oraz że do odniesienia sukcesu przez przedsiębiorstwo konieczne jest zdobycie trwałego zaufania klientów. Również, że kłamstwo i manipulacja są metodami moralnie nagannymi i nietrwale skutecznymi.

Zwraca się coraz większą uwagę na to, aby we wzajemnych relacjach ludzi biznesu z partnerami i kooperantami, ze współpracownikami oraz z klientami bezwzględnie przestrzegać zawartych umów. Nieetycznym zachowaniem jest niepłacenie za otrzymane towary oraz usługi, wystawianie fałszywych dokumentów finansowych, a także realizacja umów w sposób niezgodny z zamówieniem. Nieetyczne jest nieposzanowanie godności osobistej oraz nadmierne obciążanie pracowników obowiązkami, wszelkie formy przedmiotowego traktowania ludzi. Są to główne przyczyny konfliktów interpersonalnych w firmie.

Do obowiązków osób kierujących firmą należy odpowiednie zarządzanie ryzykiem. Pod pojęciem „ryzyka” rozumie się „oczekiwaną stratę, czyli iloczyn prawdopodobieństwa straty i użyteczności straty”¹¹ i wynik działań koniecznych lub dobrowolnych, który pozostaje w relacji z poziomem wiedzy oraz czynnikami losowymi, którego skutki mogą się ujawniać natychmiast lub w dosyć długim dystansie czasowym. Ryzyko to: możliwość, prawdopodobieństwo, że coś się nie uda, przedsięwzięcie, którego wynik jest nieznany. Ryzyko jest to odważenie się na takie niebezpieczeństwo. Nastawienie na ciągłe poszukiwanie nowych rozwiązań, charakterystyczne jest dla postawy innowacyjnej i cechuje zespoły i jednostki, które wysoko cenią pomysłowość oraz możliwości wprowadzenia zmian, a ponadto wierzą w pomyślny wynik przedsięwzięcia.

Odpowiedzialność społeczna firmy polega na tym, że zarówno kadra zarządzająca,¹² jak i pozostali pracownicy oceniają własną działalność niejako „nadprogramo-

ben uchodził w świecie za wiodącego specjalistę od bólu, dlatego na podstawie przeprowadzonych przez niego testów preparaty zawierające te substancje zostały umieszczone w zaleceniach dotyczących terapii w szpitalach i zastosowano je u milionów osób. Kolejny dowód na to, jak pozytywnie badania naukowe wpływają na techniki leczenia? Niestety nie. Wyniki 21 testów zostały sfałszowane. Sprawca: Scott Reuben.

Ekspertki szacują, że koncern, który wynalazł obie substancje, zarobił dzięki fałszowanym dokumentacjom i zaleceniom Reubena miliardy dolarów. Chodziło więc o ogromne pieniądze i o niewygodne fakty. Prawdziwe badania środków przeciwbólowych wykazały, że substancje czynne miały znaczne działania uboczne. W samych Stanach Zjednoczonych refekoksyl doprowadził nawet u 140 tysięcy ludzi do ciężkich uszkodzeń naczyń wieńcowych. Celekoksyl z kolei podniósł liczbę zawałów serca. Po ujawnieniu fałszerstwa systematycznie sprawdzono wytyczne odnośnie terapii bólu i wyeliminowano wyniki <prac> Reubena. Dla wielu pacjentów stało się to jednak prawdopodobnie zbyt późno”. Jest to tylko 1 przykład wskazujący na to, że lekarze mogli uśmiercać pacjentów, dlatego, że uwierzyli w sfałszowane badania. Artykuł zawiera opisy wielu szokujących manipulacji, braku rzetelnych informacji, rzekomych „pomyłek”, zmian sformułowania celów badań, przekłamywania danych, wybiórczego informowania o wynikach badań.

¹¹ M. Jasiukiewicz, J.M. Soroka, *Psycho-społeczne uwarunkowania kierowania ludźmi w organizacji*, Wyższa Szkoła Zarządzania i Finansów, Wrocław 1999, s. 95.

¹² J. Daszkiewicz, A. Gierasimczuk, *Etyka i etykieta biznesu*, Poligrafia Wyższego Seminarium Duchownego w Rzeszowie, Rzeszów 2003, s. 129–130 prezentują taki oto dekalog biznesmena:

wo”, tj. także z pozycji obywatela państwa oraz członka lokalnej społeczności. Warto dodać, że tego typu nastawienie nie ma szczególnego moralnego umocowania. Dodatkowe zadania i dodatkowe branie na siebie takich zobowiązań, które nie wynikają z umów pomiędzy firmą a różnymi grupami interesariuszy, jest wyrazem dobrej woli załogi firmy oraz świadectwem lojalności wobec innych ludzi, jest oznaką troski np. o zdrowie społeczności, o stan środowiska, o utrzymanie oraz zwiększenie poziomu zatrudnienia, co stanowi szansę na samorealizację grup pracowniczych. Kreowaniu wizerunku odpowiedzialnej firmy służą: skuteczne zapobieganie wewnętrznym kradzieżom, korupcji, oszustwom, innym nadużyciom, dbałość o bezpieczeństwo pracy, o poziom wynagrodzeń adekwatny w stosunku do indywidualnego wkładu pracy, uczestniczenie we współzawodnictwie gospodarczym z poszanowaniem zasady wolnej i uczciwej konkurencji, myślenie przyszłościowe. Społeczna odpowiedzialność firmy polega też na nefaworyzowaniu konkretnych kontrahentów, niewykorzystywaniu urządzeń firmy do celów prywatnych oraz na nieujawnianiu informacji o strategii, finansach firmy, planowanych przez nią działaniach marketingowych oraz na temat wykorzystywanych przez nią technologii. Moralna odpowiedzialność w biznesie dotyczy sprawiedliwej płacy i sprawiedliwego systemu wynagradzania, właściwego podziału zadań pomiędzy pracowników, minimalizowania kosztów oraz maksymalizowania zysku, zawsze w granicach legalności. Odpowiedzialność moralna w firmie zazwyczaj jest rozłożona na wiele osób, co jednak nie może zwalniać nikogo od odpowiedzialności osobistej. Aby być w zgodzie z zasadami etyki, każdy człowiek powinien kierować się sumieniem. Głosu własnego sumienia nie można zastąpić głosem cudzym. Przyzwoite zachowanie ludzi biznesu przekłada się na zwiększone zaufanie partnerów, co owocuje długoterminową, korzystną współpracą.

Wartością istotną w relacjach pomiędzy podmiotami życia gospodarczego jest lojalność rozumiana jako wierność zobowiązaniom, które wynikają z członkostwa w grupie. Posłuch, subordynacja wobec zasad obowiązujących w firmie oraz w międzyludzkich stosunkach, rzetelne wykonywanie zadań pracowniczych, dbałość o interesy i o dobre imię firmy są ważne, ponieważ są podstawą zaufania. W przypadku, kiedy pracownicy /lub firmy/ są niełojalni, współpraca jest utrudniona, gdyż zachowania tych podmiotów są nieprzewidywalne.

-
- Okazuj chęć kierowania partnerskiego, a nie autorytarnego.
 - Stosuj elastyczne reguły zarządzania. Dbaj o indywidualny charakter własnej instytucji.
 - Staraj się popełniać w swojej pracy jak najmniej błędów. Przyznaj się do nich. Wyrażaj chęć ich naprawiania i uczenia się z nich.
 - Wczuwaj się w uczucia, myśli i postawy swoich pracowników. Bądź wobec nich uczciwy.
 - Interesuj się pracownikami. Bądź wobec nich szczerzy.
 - Wyrażaj im swój szacunek i uznanie.
 - Dbaj w swoich decyzjach o zachowanie kompromisu między, często przeciwstawnymi, interesami pracy, instytucji i pracowników.
 - Szeroko informuj pracowników o problemach instytucji, zwłaszcza o możliwościach ich rozwoju zawodowego.
 - Dawaj przykład pracownikom swoją pracą i swoim zaangażowaniem. Pracuj nad własnymi słabościami. Bądź otwarty na konstruktywną krytykę.
 - Regularnie rozmawiaj ze swoimi pracownikami.
 - Bądź sprawiedliwy wobec swoich pracowników, szczególnie wtedy, gdy oceniasz efekty ich pracy”.

Etyka biznesu wskazuje na wiele przykładów konfliktów moralnych pomiędzy lojalnością pracowników wobec firmy a poczuciem odpowiedzialności wobec społeczności za jej działania. Typowym przykładem tego typu rozterek są sytuacje, w których pracownik musi wybierać pomiędzy złożeniem donosu o wiadomych mu, szkodliwych społecznie działaniach firmy a lojalnością wobec niej. Takie pogwałcenie zasady solidarności często jest oceniane ujemnie, ponieważ może prowadzić do utraty zaufania oraz osłabienia spójności zespołu. Człowiek, który donosi, inaczej sam będzie oceniał swój czyn wówczas, kiedy za nadrzędną uzna zasadę użyteczności oraz w inny sposób będzie wartościował swój czyn, kiedy kierował się będzie etyką honoru¹³.

Są sytuacje, kiedy jednoznacznie ocenia się szkodę, jakiej może doświadczyć każdy użytkownik produktu danej firmy i jej otoczenie. Jest tak wtedy, kiedy bierze się pod uwagę prawa każdego człowieka do zachowania zdrowia i życia. W związku z wystąpieniem tego typu zagrożeń wywołanych bezwzględnym dążeniem firmy do maksymalnego zysku, w konflikcie pomiędzy lojalnością pracowników wobec firmy i ich odpowiedzialnością społeczną, etyka nakazuje najwyżej oceniać działania chroniące ludzkie życie i zdrowie. Nakazu tego nie zawsze chcą przestrzegać przedsiębiorstwa, dbające o stałe utrzymywanie zdolności konkurencyjnej. Informacje, które mogłyby zniechęcić klientów uznawane są dosyć często za tajemnicę firmową. Pojęcie „tajemnicy firmy” staje się wówczas zbyt szerokie i wykracza poza informacje, które są prawnie chronione, mają formę patentów i praw autorskich i stanowią prawną własność przedsiębiorstwa.

Zatajenie, kłamstwo i oszustwo to zachowania niemoralne firmy, których celem jest np. nieinformowanie o potencjalnej szkodliwości produktu dla zdrowia i życia klienta oraz nieinformowanie partnerów o ryzyku handlowym i finansowym.

Istnieje pewna prawidłowość: im większa jest wrażliwość moralna menedżerów i pracowników firmy, tym większa jest liczba konfliktów moralnych, które są związane z odpowiedzialnością społeczną firmy.

W literaturze przedmiotu wyróżnia się „monologową” i „dialogową” odpowiedzialność firmy¹⁴. Tę drugą cechuje współodpowiedzialność moralna menedżerów i pracowników firmy za społeczne skutki jej działalności. Warunkiem koniecznym do tego, aby tego typu praktyka została zrealizowana, jest sprawna, efektywna komunikacja pomiędzy wszystkimi podmiotami, rozwiązującymi problemy moralne także w nietypowych sytuacjach, to znaczy takich, wobec których moralne standardy okazały się niewystarczające.

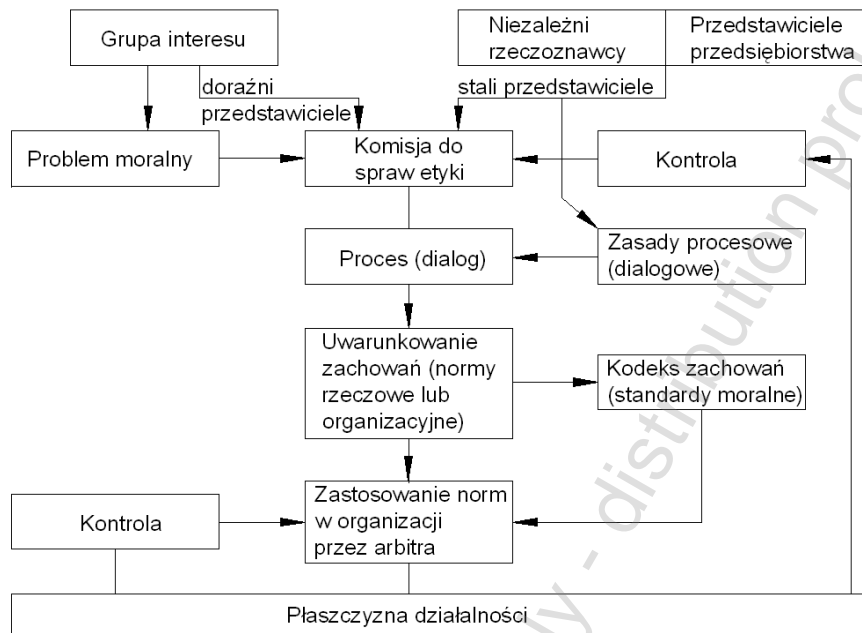
Oszacowania działań firmy pod kątem jej społecznej odpowiedzialności dokonują interesariusze oraz konkurenci. Dbłość o interesy firmy wykazywać muszą z pozycji pracownika i członka społeczeństwa wszyscy zatrudnieni w niej ludzie oraz – w przypadku konfliktów interesów i nierozstrzygniętych kwestii etycznych – także niezależni rzeczoznawcy oraz członkowie komisji etycznych. Obrazuje to rysunek 2.

¹³ Warto wskazać w tym miejscu na pojęcie „rozumienie”, *whistleblowing*, [w:] Ch. Demmke, *Öffentliche Meinung, Ethik und die Reform der öffentlichen Dienste in Europa*.

¹⁴ B. Klimczak, *Etyka gospodarcza*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego we Wrocławiu, Wrocław 2006, s.80–83.

W niniejszym tekście uzasadniano potrzebę stosowania zasady społecznej odpowiedzialności biznesu w skomplikowanym procesie współdziałania ludzi.

Istnieją jednak teorie i opinie, że myślenie tego typu jest „dogłębnie wywrotową doktryną” (M. Friedman, A.B. Carroll i inni)¹⁵.



Rys. 2. Formalizacja zachowań i rozwiązywanie problemów etycznych w firmie

Źródło: H. Steinmann, R. Oppenrieder, *Brauchen wir eine Unternehmensethik, „Die Betriebswirtschaft”* 1985, nr 45. Cyt. za: B. Klimczak, *Etyka gospodarcza*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego we Wrocławiu, Wrocław 2006, s. 82.

PODSUMOWANIE

Tekst analizuje problem moralnej odpowiedzialności w biznesie z perspektywy humanizmu. Jak wykazała praktyka krajów wysoko rozwiniętych, istnieje potrzeba wypełnienia luki humanistycznej w rozważaniach na temat rzeczywistego postępowania ludzi biznesu. Refleksja nad etycznymi przesłankami uprawiania działalności gospodarczej jest konieczna, pomimo że wiadomo, iż humanizm w konfrontacji z niehumanistycznymi modelami społecznego ładu nie ma zbyt wielkich możliwości obronnych i defensywnych.

W odróżnieniu od podejścia, które działalność gospodarczą ujmuje tylko w kategoriach ekonomiczno-racjonalnych, tu zaprezentowano stanowisko, które usilnie dopomina się o podchodzenie do jednostek i zespołów ludzkich jako do rzeczywistych podmiotów. Takich, dla których praca jest zarówno obowiązkiem jak i głównym sposobem nadawania wartości i sensu własnemu życiu. W procesie pracy, która ma charakter

¹⁵ W celu zapoznania się z argumentami za i przeciw społecznej odpowiedzialności biznesu warto sięgnąć do: W. Gasparski, *Wykłady z etyki biznesu*, Wydawnictwo WSPiZ, Warszawa 2007, s. 397–412.

zarówno użytkowy, estetyczny, jak i moralny spełnia się relacja człowiek–człowiek. Relacja ta jest źródłem wszelkiej moralności.

Nie oznacza to, że w świecie biznesu nie ma moralnych konfliktów. Niepokojące są zwłaszcza te, które wynikają z braku lojalności pracowników wobec własnego pracodawcy, z niedotrzymywania tajemnic firmowych, z braku poczucia odpowiedzialności za produkty firmy, w której pracownik jest zatrudniony, z nieuczciwości i kierowania się w relacjach z interesariuszami wyłącznie własnym interesem.

LITERATURA

1. Arystoteles, *Etyka nikomachejska*. Wstęp, przekład, przypisy D. Gromska, Warszawa 1956.
2. Daszkiewicz J., Gierasimczuk A., *Etyka i etykieta biznesu*, Poligrafia Wyższego Seminarium Duchownego w Rzeszowie, Rzeszów 2003.
3. Franklin B., *Żywot własny*. Przełożył Julian Stawiński. Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa 1960.
4. Gasparski W., *Wykłady z etyki biznesu. Nowa edycja uzupełniona*, Wydawnictwo WSPiZ im. L. Koźmińskiego, Warszawa 2007.
5. Ingarden R., *Spór o istnienie świata. Ontologia egzystencjalna*, t.1, wyd. III zmienione. Przekład D. Gierulanka, PWN, Warszawa 1987.
6. Jasiukiewicz M., Soroka J.M., *Psycho–społeczne uwarunkowania kierowania ludźmi w organizacji*, Wyższa Szkoła Zarządzania i Finansów, Wrocław 1999.
7. Klimczak B., *Etyka gospodarcza*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego we Wrocławiu, Wrocław 2006.
8. Kołakowski L., *Katolicyzm i humanizm*, [w:] *Światopogląd i życie codzienne*, PIW, Warszawa 1957.
9. Kordas J.S., Wójcik–Augustyniak M., *Zarządzanie w przedsiębiorstwie*, wyd. Difin, Warszawa 2008.
10. Lipiec J., *Koło etyczne*, Wydawnictwo Fall, Kraków 2005.

MORAL RESPONSIBILITY IN BUSINESS

Summary

Ethics in business activity is created in numerous ways. There are plenty of disputes about its objectives, assumptions and methods. Despite the many differences, one can notice the main direction of the whole discussion on business ethics and ethics itself. It is pointed out that there is a need for stronger emphasis on moral norms as rules that effectively protect the safety of collective life. It is stressed that ethical standards (including the rules of praxeological, efficiency and economic nature) to a greater extent should determine ways of doing business and identify the personal and material scope of responsibility of the company.

Ethics of economic life corresponds to the tradition of moral philosophy. It also calls for moral governance in business and claims its implementation.

Keywords: *business ethics, moral responsibility, humanity*

NOTA BIBLIOGRAFICZNA

dr hab. Krystyna SKURJAT, – profesor nadzwyczajny w Wyższej Szkole Oficerskiej Wojsk Lądowych we Wrocławiu. Zajmuje się zagadnieniami z zakresu: filozofii kultury, aksjologii, etyki ogólnej i etyki zawodowej, socjologii, teorii komunikacji. Autorka siedmiu książek i licznych artykułów naukowych i publicystycznych.

This copy is for personal use only - distribution prohibited.

