

Wojciech Gasparski

## Ile etyki w etyce biznesu?

**Słowa kluczowe:** *argument etyczny, deontologia, etyka biznesu, etyka cnót, utilitaryzm*

### 1. Wstęp

Na etykę biznesu składają się treści przedstawiane w licznych podręcznikach oraz treści zawarte w jeszcze liczniejszych kodeksach etycznych. Z tego względu odpowiedź na pytanie tytułowe wymaga analizy owych treści oraz tego, czy i jakie związki zachodzą pomiędzy tymi dwoma obszarami etyki a działalnością gospodarczą. Ponadto rozważenia wymaga powiązanie etyki biznesu z konstruktem określanym mianem CSR, który to konstrukt, – mimo iż pierwsze jego litery pochodzą od słów *corporate, social, responsibility* – nie jest tożsamy ze zwykłym rozumieniem „odpowiedzialności społecznej” podmiotów gospodarczych, ani też nie jest odnoszony jedynie do spółek akcyjnych (korporacji).

Etyka biznesu w swym wydaniu akademickim, głównie podręcznikowym, jest w pewnym stopniu interpretacją praktyk biznesowych w kategoriach teorii etycznych, zaś w wydaniu praktycznym – podobnie jak inne etyki przymiotnikowe – jest to w dominującym stopniu etyka kodeksualistyczna (Jedynak 1994: 112), która jest etyką reguł. Jest sprawą tyleż interesującą, co ważną, czy i w jakim stopniu etyka biznesu stanowi „konkretyzację i uszczegółowienie ogólnych norm funkcjonujących w społeczeństwie” (Jedynak 1994: 67) polegającą na dostosowaniu ich „do specyfiki (...) zawodu” (tamże) oraz wzbogaceniu „o reguły związane z istotą działań zawodowych” (tamże), a w jakim tworzy własne standardy. Kwestia ta jest istotna zarówno teoretycznie, jak i praktycznie, dotyczy bowiem racji (argumentów) przywoływanych jawnie bądź przyjmowanych *implicite*, w celu wskazania zasadności rozwiązań zalecanych przez etykę biznesu.

Pytaniem podstawowym, na jakie referat ten stara się udzielić odpowiedzi, jest pytanie, „w jakim stopniu etyka stanowi fundament etyki biznesu?”, tj. czy i w jakim stopniu etyka biznesu jest ufundowana na teoriach etycznych czerpanych ze skarbnicy etyki bezprzymiotnikowej? Jeśli tak, to na których? Pytaniami dodatkowymi są m. in.: Jakie inne presupozycje (Bunge 1998) są przez etykę biznesu przyjmowane? Czy wzbogacają one zasób teoretyczny etyki bezprzymiotnikowej? Czy etyka biznesu korzysta z dorobku innych etyk zawodowych? Czy sama im coś może zaoferować?

## 2. Podręcznikowa etyka biznesu

Podręczniki etyki biznesu (np. De George 1995; Crane & Matten 2004; Peil & Staveren 2009; Gasparski 2012; Collins 2012) oraz kompendia (np. White 1993; Williams 2000), bo takie właśnie publikacje dominują w paradygmatycznej literaturze z zakresu etyki działalności gospodarczej, zawierają rozdziały poświęcone teoriom etycznym. W rozdziałach tych omawia się na ogół preliminaria oraz utylitaryzm, deontologizm i etykę cnót, czasem inne teorie lub podejścia (np. Patrick & Quinn 1997).

Jeśli chodzi o preliminaria, to przykładowo: De George wskazuje, że w odniesieniu do biznesu „mówiąc o moralności odwołujemy się do naszych sądów o tym, co właściwe (*right*), a co niewłaściwe (*wrong*), co dobre (*good*), a co złe (*bad*)” (De George 1995: 37), a owe sądy są tego rodzaju, że ferowane oceny są uniwersalne, znaczące (ważne, istotne) oraz skłaniają do dumy z tego, co dobre, a do wstydu z tego, co złe (tamże).

Uważamy poszczególnych ludzi za moralnych lub niemoralnych, określamy działania jako moralne lub niemoralne, a także praktyki biznesowe nazywamy moralnymi lub niemoralnymi. (De George 1995: 38).

W celu obiektywizacji oceny moralnej etyka biznesu, jak wcześniej powiedziano, odwołuje się do teorii etycznych. Skłoniło to skandynawskie autorki do takiej oto konstatacji:

Konwencjonalne podejścia do rozumienia i promowania etyki biznesu bardzo często odwołują się do etyk utylitarystycznej, deontologicznej i opartej na cnotach (...). Stosując różne perspektywy często prowadzące do przeciwstawnych rekomendacji, podejścia te głoszą, że są zdolne we wszystkich przypadkach do wskazania „właściwego” postępowania – wywodząc z filozofii zasady jakimi należy się kierować. Takie próby sformułowania etyki, jakie można znaleźć w większości podręczników etyki biznesu, mają na celu udzielenie pomocy decydentom w definiowaniu kwestii etycznych i w odpowiadaniu na nie. Często wskazując serię kroków opisanych przez owe podejścia konwencjonalna etyka biznesu służy decydentowi do podjęcia „właściwej” (moralnej) decyzji. (Jeanes & Muhr 2010: 143).

Oto przykład, jeden z wielu jakie nietrudno zaczerpnąć z literatury z zakresu etyki biznesu – tej publikowanej w tradycyjny sposób, tj. zarówno w książkach i czasopismach, jak i w Internecie. Przykład pochodzi z podręcznika klasyka etyki biznesu Richarda De George’a, który pisze [kursywa moja – W.G.]:

*Z utilitarystycznego punktu widzenia musimy zapytać, czy czyni się więcej dobra niż szkody, biorąc pod uwagę nie tylko wszystkich, których może to dotyczyć, nie tylko bezpośrednio, lecz także w dłuższym horyzoncie czasowym. Z perspektywy deontologicznej należy zapytać, czy działania naruszają prawa człowieka. Z każdej perspektywy musimy pamiętać, że chociaż szkodzenie środowisku jest złe i przynajmniej w jakimś stopniu bezpośrednio lub pośrednio szkodzi ludziom, to działania szkodliwe częstokroć mają także pozytywne skutki, jak np. pestycydy, które mogą być bardzo pomocne w utrzymywaniu ludzi przy życiu dzięki zapewnieniu dużych zbiorów, co bez tego byłoby niemożliwe do osiągnięcia. W sprawie szkód dla środowiska zadaniem jest więc minimalizacja szkody przy równoczesnej maksymalizacji korzyści dzięki nowej wiedzy naukowej i rozwojowi techniki oraz respektowaniu praw tych wszystkich, których to dotyczy. (De George 1995: 208).*

Warto zestawić liczbę stron poświęconych omówieniu teorii etycznych wymienionych w wybranych publikacjach z zakresu etyki biznesu w proporcji do ogólnej liczby stron tych podręczników (Tablica 1). Otóż okazuje się, że omówieniu teorii etycznych poświęca się ok. 15% objętości. Pozostałe treści to elementy wiedzy psychologicznej, socjologicznej, prawa oraz nauki o organizacji i zarządzaniu. Etyka biznesu jest interdyscyplinarnym studium zagadnień dotyczących moralnego, mimo wszystko, wymiaru działalności gospodarczej. Można więc zapytać, czy udział etyki w tej interdyscyplinie jest duży, czy mały? Odpowiedź zależy od tego, w jakim stopniu teorie etyczne znane są adresatom podręczników. Jest on zbyt mały wówczas, gdy – tak jak w Polsce – etyka w szkolnictwie średnim nie jest obowiązkowym przedmiotem nauczania<sup>1</sup>, jest on zaś wystarczający, gdy etyka jest przedmiotem nauczania w szkolnictwie średnim. Jednakże w obu przypadkach występują przeświadczenia wymagające iście Husserlowskiej redukcji fenomenologicznej, by nawiązać do wykładu inauguracyjnego wygłoszonego na wiślańskim Zjeździe przez prof. Władysława Stróżewskiego.

W większości podręczników w niewielkim stopniu korzysta się z omówionych w nich teorii etycznych do analizy konkretnych przypadków biznesowych. Słabą stroną tych książek jest niedostatek analizy etycznej *par excellence* właśnie. Jedyńm podręcznikiem skupionym wyraźnie na argumentacji

---

<sup>1</sup> Jej usytuowanie jako przedmiotu do wyboru dla uczniów, którzy nie wybierają religii, powoduje błędne postrzeganie etyki jako opozycji religii, co niejednokrotnie zauważałem wykładając elementy etyki biznesu. Stosowniejsze byłoby nauczanie etyki wszystkich uczniów, a uczniom niewybierającym religii zaoferowanie religioznawstwa.

Tablica 1

Publikacja	Liczba stron ogółem	Liczba stron poświęconych teoriom etycznym E – egoizm, U – utylitaryzm, D – deontologizm, C – etyka cnót, Z – złota zasada, R – etyki religijne, I – inne teorie i ujęcie ogólne						
		E	U	D	C	Z	R	Inne
Bradburn, <i>Understanding Business Ethics</i> (2001)	194	2	4	4	2	–	–	2
Crane, Matten, <i>Business Ethics</i> (2004)	484	9	11	12	6	–	–	15
Chrissides, Kaler, <i>Wprowadzenie do etyki biznesu</i> (1999)	583	1	22	5	6	1	5	15
Collins, <i>Business Ethics</i> (2012)	534	–	5	3	7	2	7	–
DesJardins, <i>An Introduction to Business Ethics</i> (2009)	281	2	27	6	3	–	1	10
Gasparski i in., <i>Biznes, etyka, odpowiedzialność</i> (2012)	580	9	18	22	23	3	12	17
De George, <i>Business Ethics</i> (1995)	591	–	52	7	4	–	–	–
Kietliński, Reyes, Oleksyn, <i>Etyka w biznesie i zarządzaniu</i>	316	–	–	–	–	–	45	
Kitson, Campbell, <i>The Ethical Organisation</i> (1996)	252	–		9	11	–	–	20
Machan, Chester, <i>A Primer on Business Ethics</i> (2002)	247	1	25			–	–	–
McPhail, Walters, <i>Accounting and Business Ethics</i> (2009)	225	–	11	5	3	–	15	2
Mele, <i>Management Ethics</i> (2012)	182	3	3	2	11	7	9	50
Patrick, Quinn, <i>Management Ethics</i> (1997)	399	3	2	2	2	–	–	1
Sandbu, <i>Just Business</i> (2011)	206	1	28	30	6	1	–	–

etycznej jest *Just Business: Arguments in Business Ethics* Martina E. Sandbu (2011), w którym kolejne rozdziały poświęcone są:

- (1) krytyce subiektywizmu oraz traktowaniu moralnej argumentacji serio w asymptotycznym dążeniu do refleksyjnej równowagi jako swego rodzaju ideału;
- (2) krytyce skrajnego ujmowania prymatu jedynie akcjonariuszy (jednostronność) lub wszystkich interesariuszy (konflikt ‘stawek’ – *stakes*);
- (3) znaczeniu Arystotelesowej etyki cnót dla społecznych ról spełnianych w biznesie w funkcji *telos* biznesu;
- (4) krytyce konwencjonalizmu jako podstawy definiowania – *telos* – biznesu jedynie na drodze umowy społecznej, co ze względu na różnice kulturowe grozi moralnym relatywizmem;
- (5) wskazaniu konsekwencjalizmu, w szczególności utylitaryzmu reguł – z prakseologicznymi normami efektywności i ekonomiczności, bądź zasadą Pareto, ale nie blefem – jako zewnętrznego kryterium konwencji;
- (6) krytyce argumentu „niewidzialnej ręki rynku” na rzecz maksymalizacji zysku ze względu na niespełnialność empiryczną założeń;
- (7) krytyce konsekwencjalizmu ze względu na nieuwzględnianie zobowiązań, relacji społecznych i autonomii oraz na ograniczanie analizy do skutków bezpośrednich, a pomijanie skutków dalszych;
- (8) wskazaniu praw i uprawnień oraz związanych z nimi moralnych powinności i obowiązków;
- (9) wskazaniu, że prawa wiążą się z zagadnieniem wolności wyboru jako wartości podstawowej, na której ugruntowana jest godność;
- (10) wskazaniu implikacji deontologizmu Kanta dotyczących uniwersalności zasad, a także m.in. autonomii wyboru oraz niestosowności praktyk polegających na manipulacji i utrudniających racjonalne podejmowanie decyzji;
- (11) wskazaniu kwestii alokacji korzyści i kosztów działalności gospodarczej (zgodnie z zasadami sprawiedliwości rozdzielczej, naprawczej, czy za zasłoną niewiedzy?);
- (12) wskazaniu, że teoria umowy społecznej dotycząca zasad etyki biznesu zależy od projektu tej umowy.

Cytowany autor przytacza za Donaldsonem i Dunfeem następujące elementy składające się na treść umowy społecznej, obejmującej wszystkich uczestników transakcji ekonomicznych (*społeczność ekonomiczna*), definiującej zasady etycznego biznesu. Jest to:

- zasadniczy zbiór praw podstawowych, ze szczególnym uwzględnieniem praw ułatwiających efektywne zawieranie transakcji, tj. wolność dla ludzi i organizacji, prawo własności, prawo do informacji;

- pozostawienie swobodnej przestrzeni moralnej (*moral free space*), którą każda społeczność ekonomiczna, nie tylko kraje i regiony, lecz także przemysły, zawody, firmy, związki zawodowe, mogą wypełnić mikrospołecznymi umowami ograniczonymi moralnie nienaruszaniem uniwersalnych praw i obowiązków, jakie zostały określone w umowach makrospołecznych.

Tak zdefiniowane zasady eliminują relatywizm, określając warunki specyficznego przestrzegania norm (*partial compliance theory*), wskazujące, jak postępować, gdy ktoś łamie zasady moralne – w odróżnieniu od ideału (*ideal compliance theory*), wskazującego standardy postępowania. (Sandhu 2011: 196).

Najnowszą publikacją na temat filozoficznych podstaw etyki biznesu jest 3-tomowe dzieło encyklopedyczne *Handbook of the Philosophical Foundations of Business Ethics* (Luetge 2012), której wydanie zapowiedziane zostało na 5. Światowym Kongresie ISBEE (Warszawa 11–14 lipca 2012 r.). W książce tej zaproszeni autorzy przedstawili wpływ klasycznych teorii etycznych na etykę biznesu oraz współczesne zagadnienia dotyczące sprawiedliwości, kwestii religijnych, praw oraz globalizacji i tzw. *gender studies* w powiązaniu z etyką biznesu.

### 3. Kodeksowa etyka biznesu

Etyki przymiotnikowe, a takimi są etyki zawodowe, tym różnią się od etyki bezprzymiotnikowej, czyli po prostu etyki, że tworzą one nie teorie etyczne, lecz zestawy norm spisanych w kodeksach. Etyka biznesu jest taką właśnie etyką zawodową, choć słowo „biznes” w jej nazwie jest, gramatycznie rzecz ujmując, rzeczownikiem, ale przecież w języku angielskim, z którego nazwa (*Business Ethics*) się wywodzi, rzeczownik poprzedzający inny rzeczownik pełni funkcję przymiotnika. Jest więc etyka biznesu w gruncie rzeczy etyką *biznesową*, czyli etyką ludzi zajętych zawodowo działalnością gospodarczą.

Przyjmuje się, że obowiązują nas normy podstawowe, w etyce zwane normami *prima facie*. Są to normy takie jak np. nie kłam, nie kradnij. Jednak w szczególnych sytuacjach, gdy chodzi o wartości ważniejsze, aniżeli wskazywane przez którąś z takich norm, sytuacji występujących także w praktyce działalności gospodarczej, wymagana jest rozważa skłaniająca do postępowania zgodnie z *normami funkcjonalnymi*. Przykładowo, obowiązuje nie norma „nie kłam”, tylko norma: „nie ujawniaj sytuacji, wówczas gdy grozi to konsekwencjami gorszymi niż przestrzeganie normy *prima facie*”, np. ujawnianie tajemnic handlowych. Kodeksy etyczne zwracają uwagę na takie właśnie sytuacje, wskazując normy funkcjonalne w odniesieniu do organizacji gospodarczych oraz związanych z ich działalnością zawodów menedżera, audytora, doradcy itd.

Kodeksy etyczne są elementami umów mikrospołecznych. Zawierają one deklaracje wartości (*values statements*), w których dość często występuje odwołanie do Złotej Zasady (Williams 2000: 196; Gasparski & Rok 2010: 418). Kodeksy etyczne nie odwołują się wprost do teorii etycznych (Sołtysiak 2006). Z tego względu niezmiernie istotne jest traktowanie ich jako elementów programów etycznych firm oraz innych składowych infrastruktury etycznej (Gasparski 2012: 217–232). Istotnym elementem jest szkolenie pracowników firm dostarczające wiedzy z zakresu analizy etycznej i umiejętności podejmowania decyzji z uwzględnieniem wymiaru etycznego.

#### 4. Ile etyki w CSR?

W literaturze zdającej sprawę z głównego nurtu *społecznej odpowiedzialności biznesu*, jak tłumaczony jest konstrukt *corporate social responsibility*, z trudem doszukać się można odwołania do etyki. W liczącej 610 stron książce *Mainstreaming Corporate Responsibility* (polski przekład: Smith, Lenssen 2009) indeks nie odnotowuje ani hasła „etyka”, ani hasła „kodeks etyczny”, ani też jakiegokolwiek innego kodeksu, np. „dobrych praktyk”, ba, nie ma w tym indeksie nawet hasła „odpowiedzialność biznesu”, któremu poświęcony jest pierwszy rozdział tego imponującego dzieła. W rozdziale tym czytamy:

CSR, określana czasami jako odpowiedzialność korporacyjna albo obywatelstwo korporacyjne, zajmuje się takimi sprawami, jak zrównoważony rozwój (zaspokajanie bieżących potrzeb w taki sposób, aby nie umniejszać szans przyszłych pokoleń na ich zaspokajanie), relacje z interesariuszami, ład korporacyjny i korporacyjna filantropia, chociaż ta ostatnia w coraz większym stopniu uchodzi za sprawę marginalną. (Smith, Lenssen 2009: 24).

W dalszej części rozdziału autorzy odwołują się do artykułu innych autorów dotyczącego „programów etycznych”, a w innym miejscu, przy powołaniu się na jeszcze innego autora, piszą, że „dokładanie zajęć z etyki w odpowiedzi na skandale korporacyjne można porównać do sytuacji, w której przedsiębiorstwo powołuje departament CSR (...), a jednocześnie prowadzi działalność biznesową w niezmienny sposób.” (Smith, Lenssen: 27). Jest to bodajże jedyne wymienienie przymiotnika „etyczny” w całej książce. Trudno się więc dziwić, że:

(...) CSR stała się tematem kłopotliwym i unikany przez wiele przedsiębiorstw. A to dlatego, że nie ma zgody, czym właściwie CSR jest, jakie wyniki powinna przynieść w dłuższej perspektywie (od „likwidacji biedy na świecie”, czy też „osiągnięcia trwałego, zrównoważonego rozwoju”, po „lepsze wyniki finansowe”), nie wiadomo też, kto powinien uczynić co, aby te wyniki osiągnąć. CSR skompromitowali sami jego zwolennicy.

Oznaki głębokiego marazmu widać gołym okiem. Kwestie odpowiedzialności społecznej zamykane są często w korporacyjnym getcie public relations i nie mają wpływu na zasadniczy bieg działalności gospodarczej. (Smith, Lenssen 2009: 31).

Innym dziełem przeglądowym jest unikatowe czterotomowe wydawnictwo encyklopedyczne *Corporate Social Responsibility: Critical Perspectives on Business and Management* (Gond, Moon 2012), w którym zebrano 74 artykuły licznych autorów na temat: historii CSR (tom I), strategii CSR (tom II), porównań i globalnego ujęcia CSR (tom III) oraz krytycznej refleksji i pojawiających się perspektyw CSR (tom IV).

W książce tej (liczącej łącznie 1879 stron) jako teorie etyczne powiązane z CSR przedstawiono następujące ujęcia<sup>2</sup>:

- normatywna teoria interesariuszy – „W skrócie, podejście interesariuszowe ugruntowane w teoriach etycznych stanowi odmienną perspektywę CSR, taką, w której etyka zajmuje miejsce centralne.” (t. I: 446);
- uniwersalna teoria praw – „Chociaż dla wielu ludzi prawa uniwersalne są kwestią o statusie powszechnika, to jednak mają one ugruntowanie teoretyczne w pewnych ujęciach filozofii moralnej (...) Warto wspomnieć o tradycji prawa naturalnego (...) wspierającego istnienie naturalnych praw ludzkich (...)” (t. I: 447);
- trwałe i zrównoważony rozwój – „Ujęcie pragmatyczne rozszerza tradycyjne «minimum odpowiedzialności» (*bottom line*) wyznaczając (...) «potrójne minimum», obejmujące sobą ekonomiczne, społeczne i ekologiczne aspekty korporacji.” (t. I: 448)
- dobro wspólne – „W pewnym stopniu, podejście to ma wiele wspólnego z podejściem interesariuszowym (...) oraz trwałym i zrównoważonym ujęciem, ale jego filozoficzna podstawa jest inna. (...) jest bliska japońskiemu pojęciu *kiosei* (...) rozumianemu jako «żyć i pracować razem na rzecz dobra wspólnego», które, łącznie z zasadą godności ludzkiej, jest jedną z (...) Zasad Caux Round Table dla biznesu (...)” (t. I: 448–449) (Garriga, Mele 2012).

Na przeciwległym do opasłej, czterotomowej książki biegunie znajduje się wydana w Kanadzie jedyna w swoim rodzaju książka niewielkich rozmiarów

<sup>2</sup> W indeksie książki odnotowano następujące hasła dotyczące etyki: klimat etyczny (1 strona), kodeksy etyczne (3 s.), etyczne grupy konsumenckie (1 s.), etyczne inwestowanie (1 s.), uniwersalne zasady etyczne (1 s.), etyczne zakupy (1 s.), etyczne teorie (5 s.), deontologia (2 s.), utilitaryzm (6 s.). Moralności dotyczą takie oto hasła: żądania moralne (1 s.), teoria rozwoju moralnego (1 s.), przestrzeń swobody moralnej (2 s.), wina moralna (1 s.), ryzyko moralne (1 s.), rynek moralny (3 s.), motywy moralne (5 s.), powinności moralne (1 s.), filozofia moralna (1 s.), racjonalność moralna (1 s.), powściągnięcia moralne (1 s.), służebność moralna (1 s.), motywacja oparta na moralności (3 s.).



rów i małej objętości *Corporate Social Responsibility: An Ethical Approach* (Schwarz 2011), licząca zaledwie 176 stron. Autor tej książki Mark S. Schwarz poświęcił jeden z pięciu rozdziałów teoretycznemu przeglądowi głównych standardów moralnych, na podstawie których ocenia się, czy biznes jest etyczny, czy nieetyczny. Standardy te, pisze autor:

(...) stanowią potencjalną bazę określającą zdolność firmy do ponoszenia etycznej odpowiedzialności, a więc określającą poziom dyskusji dotyczącej gotowości firmy do (korporacyjnej) społecznej odpowiedzialności (Schwarz 2011: 12).

W liczącym 20 stron rozdziale autor omawia siedem standardów moralnych, a mianowicie: wartości etyczne, relatywizm, egoizm, utilitaryzm, kantyzm, prawa moralne i sprawiedliwość. W dalszej części rozdziału wskazuje na sposoby przewyższania konfliktu między standardami etycznymi, wyrażając przekonanie, że uzyskuje się dzięki temu podstawę do rozumienia odpowiedzialności i ponoszenia odpowiedzialności osobistej i biznesowej (Schwarz 2011: 47).

Lektura wskazanych, w pewnym sensie reprezentatywnych, podręczników i wielu innych książek poświęconych etyce biznesu oraz CSR wskazuje na pewną prawidłowość – książki o etyce biznesu na ogół odnotowują problematykę społecznej odpowiedzialności biznesu, nierzadko poświęcając jej specjalny rozdział (DesJardins 2009: 45–71; Boukaert, Zsolnai 2011: 351–358; Mele 2012: 101–128), natomiast w książkach o CSR nawiązania do etyki są raczej rzadkością niż regułą, konstrukt ten bowiem powstał ze swego rodzaju niechęci ludzi biznesu do etyki biznesu jako moralizowania na tematy gospodarcze. Warto w związku z tym przypomnieć, co pisałem w referacie programowym Podsekcji Etyki Biznesu – pierwszy raz zorganizowanej w ramach Polskich Zjazdów Filozoficznych – przedstawionym na Zjeździe toruńskim:

Zadaniem etyki biznesu (...) jest wskazanie (...) tego, że prócz tych, którzy uznają perspektywę obojętnego moralnie działania gospodarczego, są również – wcale liczni, także wśród ludzi biznesu, tacy, którzy uznają konieczność uwzględniania ram moralnych tej działalności. (...) Co więcej, nawet ów obojętny (jak mu się wydaje) moralnie businessmen, gdy występuje na rynku w roli konkurenta, pragnie (...) aby innych ludzi biznesu cechowała „zwykła przyzwoitość” oraz by nie sprzeciwiali się „sprawiedliwości dystrybtywnej”. Ów dylemat ról rozstrzyga się sensownie w przedziale co najmniej pary działań, w której ten sam podmiot występuje na rynku raz w jednej, raz w innej roli. Zadanie etyki biznesu nie polega na „psuciu” biznesu, ale, podobnie jak czynią to krytycy zanieczyszczania powietrza przez spaliny samochodowe, na instalowaniu katalizatorów. Nawiązując do pojęcia „małej filozofii” Tadeusza Kotarbińskiego<sup>3</sup>, można powiedzieć, że rozumiana w powyższy spo-

<sup>3</sup> W roku 2011 minęło 125 lat od dnia urodzin Tadeusza Kotarbińskiego, twórcy polskiej szkoły prakseologicznej, a w 2012 r. mija 100 lat od uzyskania przez niego tytułu doktora filozofii.

sób etyka biznesu jest „małą etyką gospodarowania”. Małą, bo nieaspirującą do tworzenia Arkadii życia gospodarczego, małą, bo realistycznie dążącą do cywilizowania biznesu, tj. jego profesjonalizacji. A nie można być profesjonalistą bez przestrzegania norm zawodu, zarówno tych prakseologicznych, (tj. technicznych w sensie Espinasowej<sup>4</sup> *technologie generale*), jak i tych, które z ludzi zawodu czynią grono koleżeńskie w rzetelnym tego słowa znaczeniu, tj. standardów etycznych (Gasparski 1996: 25–26).

## 5. Zakończenie

Etyka należy do rodziny dyscyplin praktycznych (Kotarbiński 1990), których wyróżnikiem metodologicznym jest projektowanie (tamże), czyli koncepcyjne przygotowanie działań, ogólniej zmian (Gasparski 1991).

Rozwiązania projektowane – projekty powinny być trafne (relevantne), tj. stanowić: (a) zmiany zamierzone, a nie przypadkowe; (b) zmiany rzeczywiste, a nie mniemane, (c) zmiany poznawczo ugruntowane, a nie irracjonalne; (d) zmiany dodatnie pod względem utylitarnym, a nie niesprawne; (e) zmiany dodatnie pod względem etycznym, a nie niemoralne; (f) zmiany dodatnie pod względem estetycznym, a nie o wizerunku zniechęcającym (tamże).

Projektowanie jest z jednej strony projektowaniem *sensu stricto*, z drugiej zaś – projektowaniem projektowania, czyli meta-projektowaniem. To pierwsze uprawiają ci, którzy tworzą rozwiązania jednostkowe dla danych warunków. Oferowane przez nich rozwiązania czerpać powinny uzasadnienie z rezultatów meta-projektowania, będącego domeną dociekań niejednostkowych. Te właśnie dociekania stanowią teoretyczną wiedzę, na fundamencie której posadowione są jednostkowe rozwiązania praktyczne, koncepcyjnie przygotowywane przez projektantów *sensu stricto* (Gasparski 2009a).

W etyce biznesu projektowanie *sensu stricto* polega na opracowywaniu programów i kodeksów etycznych, zaś meta-projektownie na tworzeniu korpusu wiedzy etycznej, stanowiącej etykę biznesu jako dyscyplinę praktyczną, a przy tym normatywną (Kotarbiński 1990), upowszechnianą w podręcznikach służących kształceniu specjalistów z zakresu zarządzania – menedżerów.

Na pytania o inne presupozycje przyjmowane przez etykę biznesu wskazać można teorię interesariuszy. Czy wzbogaca ona zasób teoretyczny etyki bezprzymiotnikowej? Niewątpliwie tak, oferując innym etykom zawodowym swe doświadczenie (Gasparski 2009b). W szczególności dotyczy to etycznych aspektów wykonywania pracy (Fry, Johnstone 2009); innym przykładem jest etyka bankructwa (Kilpi 1998). Etyka biznesu także korzysta z dorobku innych etyk zawodowych, o czym świadczyć może propozycja Patrycji Werhane, pre-

<sup>4</sup> W roku 2012 mija 90 lat od śmierci Alfreda Victora Espinasa, autora artykułu (1890) oraz traktatu (1897) o analogicznym tytule *Les origines de la technologie*, dających początek współczesnej prakseologii i filozofii techniki.

zesa International Society of Business, Economics, and Ethics (ISBEE), przedstawiona na 5. Światowym Kongresie ISBEE (Warszawa 11–14 lipca 2012 r.), by menedżerowie składali przysięgę podobną do przysięgi Hipokratesa składanej przez lekarzy.

Zauważmy na koniec, że ekonomiści, w odróżnieniu np. od psychologów czy socjologów, nie mają etycznego kodeksu zawodowego. Dopiero obecny kryzys finansowy spowodował dyskusje środowiskowe na ten temat. Następuje to równoległe z krytyką oderwanego od wymiaru etycznego uprawiania ekonomii jako dostarczycielki wiedzy dla uprawiania działalności gospodarczej i polityki w tym zakresie. Oto przykłady książek na ten temat: Javiera Aranzadiego *Liberalism against Liberalism* (2006) – krytykującego Garry’ego Beckera ekonomiczną teorię zachowań człowieka; Jonathana Aldreda *The Skeptical Economist* (2009) – ujawniającego ukryte założenia i aksjologie teorii ekonomicznych; Michaela Sandela *What Money Can’t Buy* (2012) – wskazującego czego nie można kupić za pieniądze, np. zaufania; Tomaša Sedlačka *Ekonomia dobra i zła* (2011) – poszukującego istoty ekonomii; Daniela Cohena *Homo Economicus, Prophete (Egare) des Temps Nouveaux* (2012) – wskazującego, że bogactwo nie czyni nas szczęśliwsiymi oraz krytykującego redukcję współpracy przez upowszechnianie konkurencji, tj. narzucanie logiki rynkowej w łonie przedsiębiorstwa.

Podjęto również starania, a uczyniła to National Council on Economic Education (USA), o podjęcie nauczania podstaw etyki ekonomii (Wight, Morton 2007). Tak jak w etyce biznesu, podstawą są, piszą autorzy – „trzy główne rodzaje systemów etycznych”, które „wskazują jak postępować: 1. działać by wytworzyć rezultaty najlepiej spełniające jakieś kryterium (na przykład dobrobyt ludzi); 2. działać w sposób zgodny z twym obowiązkiem określonym regułą lub zasadą (na przykład z Dziesięciorgiem przykazań); 3. działać wedle tego, co odpowiada charakterowi zgodnemu z twym rozumieniem cnoty. Ekonomistom najbardziej znany jest pierwszy rodzaj systemu etycznego, polegający na dążeniu do produkowania wyników zgodnych z celem (na przykład spełnianiem oczekiwań konsumentów). Własny interes jest często dominującym motywem wielu działań ekonomicznych, wówczas rozważania innego rodzaju odgrywają niekiedy rolę w działaniach ekonomicznych sprawców (*agents*) w pewnych sytuacjach rynkowych. Zarówno obowiązek, jak i charakter, dostarczają czasem równie silnego uzasadnienia do podjęcia działań” (Wight, Morton 2007: 29). Cytowani autorzy przyznają, że problematyka etyki ekonomii stała się przedmiotem rosnących zainteresowań w związku z ostatnimi skandalami. Ich zdaniem etyka ekonomii, w odróżnieniu od prawa, czyli formalnej sprawiedliwości, dostarcza niezbędnego kontekstu jako sprawiedliwość nieformalna.

## Bibliografia

- Aldred J. (2009), *The Skeptical Economist: Revealing the Ethics Inside Economics*, Earthscan, London–Sterling, VA.
- Aranzadi J. (2006), *Liberalism against Liberalism: Theoretical analysis of the Works of Ludwig von Mises and Gary Becker*, Routledge, London – New York.
- Boukaert L., Zsolnai L. (2011), *The Palgrave Handbook of Spirituality and Business*, Palgrave MacMillan, Houndmills – New York.
- Bradburn R. (2001), *Understanding Business Ethics*, Continuum, London – New York.
- Bunge M., (1998), *Philosophy of Science*, Vol. 2: *From Explanation to Justification*, Transaction Publisher, New Brunswick – London, s. 150–151.
- Chrissides D., Kaler J.H. (1999), *Wprowadzenie do etyki biznesu*, PWN, Warszawa.
- Cohen D. (2012), *Homo Economicus: Prophete (Egare) des Temps Nouveaux*, Albin Michel, Paris.
- Collins D. (2012), *Business Ethics: How to Design and Manager Ethical Organizations*, Wiley.
- Crane A., Matten D. (2004), *Business Ethics: A European Perspective*, Oxford University Press, New York.
- De George R.T. (1995), *Business Ethics*, Englewood Cliffs, New Jersey.
- DesJardins J. (2009), *An Introduction to Business Ethics*, McGraw-Hill, Boston.
- Fry S.T., Johnstone M.J. (2009), *Etyka w praktyce pielęgnarskiej: Zasady podejmowania decyzji etycznych*, Makmed, Lublin.
- Garriga E., Mele D. (2012), *Corporate social responsibility theories. Mapping the territory*, w: J.P. Gond, J. Moon (red.) (2012), *Corporate Social Responsibility: Critical Perspectives on Business and Management*, Vol. I: *CSR History and Concepts*, Routledge, London and New York, s. 431–461.
- Gasparski W. (1991), *Metodologia projektowania a metodologia ogólna i metodologia nauk praktycznych*, w: W. Gasparski, A. Strzałeczki (red.), *Logika, praktyka, etyka: Przesłania filozofii Tadeusza Kotarbińskiego*, Towarzystwo Naukowe Prakseologii, Warszawa, s. 69–78.
- Gasparski W. (1996), *Działalność gospodarcza z punktu widzenia filozofii: Między prakseologią a etyką*, „Prakseologia” 1–4 (130–133), s. 9–28.
- Gasparski W. (2009a), *Znaczenie i istota epistemologii oraz metodologii nauki o zarządzaniu*, „Master of Business Administration” 4 (96), s. 20–26.
- Gasparski W. (2009b), *The stakeholder organization theory and its systemic foundation*, „International Journal of General Systems”, Vol. 36:6, s. 659–665.

- Gasparski W. (red.) (2012), *Biznes, etyka, odpowiedzialność*, PWN, Warszawa.
- Gasparski W., Rok B. (red.) (2010), *Ku obywatelskiej Rzeczypospolitej gospodarczej*, Poltext, Warszawa.
- Gond J.P., Moon J. (red.) (2012), *Corporate Social Responsibility: Critical Perspectives on Business and Management*, Vol. I–IV, Routledge, London and New York.
- Jedynak S. (red.) (1994), *Mały słownik etyczny*, Oficyna Wydawnicza Branta, Bydgoszcz.
- Kilpi J. (1998), *The Ethics of Bankruptcy*, Routledge, London – New York.
- Kitson A., Campbell R. (1996), *The Ethical Organization: Ethical Theory and Corporate Behaviour*, MacMillan, Houndmills.
- Kotarbiński T. (1990), *Elementy teorii poznania, logiki formalnej i metodologii nauk*, Ossolineum, Wrocław.
- Machan T.R., Chester J.E. (2002), *A Primer on Business Ethics*, Roman & Littlefield, Lanham, Boulder, New York, Oxford.
- Luetge Ch. (2012), *Handbook of the Philosophical Foundations of Business Ethics*, Springer, Heidelberg.
- McPhail K., Walters D. (2009), *Accounting and Business Ethics: An Introduction*, Routledge, London–New York.
- Mele D. (2012), *Management Ethics: Placing Ethics at the Core of Good Management*, Palgrave MacMillan, Houndmills (UK) – New York (USA).
- Patrick J.A., Quinn J.F. (1997), *Management Ethics: Integrity at Work*, Sage, Thousand Oaks, London, New Delhi.
- Sandhu M.E. (2011), *Just Business: Arguments in Business Ethics*, Prentice Hall, Boston.
- Sandel M.J. (2012), *What Money Can't Buy: The Moral Limits of Markets*, Farrar, Straus and Giroux, New York.
- Schwarz M.S. (2011), *Corporate Social Responsibility: An Ethical Approach*, Broadview Press, Peterborough – New York.
- Sedláček T. (2011), *Ekonomia dobra i zła: W poszukiwaniu istoty ekonomii od Gilgamesza do Wall Street*, przeł. D. Bakalarz, Studio Emka, Warszawa.
- Smith N.C., Lenssen G. (red.) (2009), *Odpowiedzialność biznesu: Teoria i praktyka*, przeł. D. Bakalarz, M. Małecka, Studio EMCA, Warszawa.
- Sołtysiak G. (red.) (2006), *Kodeksy etyczne w Polsce*, AlmaMer, Warszawa.
- White T.I. (red.) (1993), *Business Ethics: A Philosophical Reader*, Prentice Hall, Upper Saddle River, NJ.
- Wight J.B., Morton, J.S. (2007), *Teaching the Ethical Foundations of Economics*, NCEE, New York.
- Williams O.F. CSC (red.) (2000), *Global Codes of Conduct: An Idea whose Time Has Come*, University of Notre Dame Press, Notre Dame IN.

## Streszczenie

Etyki przymiotnikowe, a takimi są etyki zawodowe, tym różnią się od etyki, że tworzą nie teorie etyczne, lecz zestawy norm spisanych w kodeksach specjalnie projektowanych dla danego zawodu lub organizacji. Etyka biznesu jest taką właśnie etyką zawodową, tj. etyką ludzi zajętych zawodowo działalnością gospodarczą. Zagadnieniem podstawowym jest, czy i w jakim stopniu etyka biznesu jest ufundowana na teoriach etycznych czerpanych ze skarbnicy etyki jako źródła argumentów wykazujących zasadność rozwiązań zalecanych przez etykę biznesu. Z analizy treści literatury przedmiotu wynika, że teoriami etycznymi zalecanymi w etyce biznesu są głównie: utilitaryzm, deontologizm i etyka cnót. Ponadto etyka biznesu czerpie podstawy teoretyczne z dorobku prakseologii, psychologii, socjologii, ekonomii, nauk prawnych i nauki o zarządzaniu, stając się studium interdyscyplinarnym moralnego wymiaru biznesu i jego odpowiedzialności społecznej.