

ANDRZEJ MASŁOWSKI
Akademia Morska w Gdyni

STANDARDY ETYCZNE JAKO WARTOŚĆ DODANA W PRZEDSIĘBIORSTWIE

1. Wprowadzenie

Zewsząd płyną utyskiwania na zachowania moralne występujące w naszym życiu społecznym, tak, że chciałoby się czasem zawołać wzorem starożytnych „o tempora o mores!”. Te negatywne zjawiska występują na ulicy, w szkole, w życiu gospodarczym, w polityce, w instytucjach i przedsiębiorstwach. Nie jest zadaniem artykułu analizowanie przyczyn tego tak dość powszechnie występującego zjawiska, szczególnie w makrospołecznej skali. Ostatecznie wszelkie zachowania społeczne mają swoje korzenie w kulturze i tradycji jako nośnikach określonych wartości. Z drugiej strony jednak aż nadto przykładów z funkcjonowania globalnej gospodarki, postaw i zachowań budzących powszechną dezaprobatę.

Takie zjawiska jak tzw. wirtualna księgowość, kryzys finansów światowych wywołany bezprzykładnym dążeniem banków do mnożenia swych zysków za wszelką cenę, czy też oszustw na wielką skalę stosowanych przez wydawałoby się godne zaufania instytucje finansowe. Negatywnym zachowaniom sprzyjają oczywiście określone społeczne i polityczne uwarunkowania, ale łatwo zauważyć, że istota zjawiska tkwi jednak w samym człowieku. Każdy człowiek ma zdolność postrzegania dobra i zła, a ów potencjał jak to określał A. Smith wypełnia świadomość moralna.

Jeden z twórców okrągłego stołu z Caux, S. Young przekonuje nas, że ludzką naturę charakteryzuje skłonność do działania w oparciu o cenne moralnie motywacje i wartości¹. Wskazuje on także na fakt, iż szczególnie negatywne skutki dla kondycji moralnej społeczeństwa mają te etycznie naganne zachowania, które pojawiają się w życiu publicznym. Podważają one jego zdaniem zaufanie, jedną z podstawowych wartości kultury i systemu gospodarki wolnego rynku. Trudno bowiem, dodajmy, wyobrazić sobie współczesną gospodarkę, gdzie na przykład nabywcy i sprzedawcy wzajemnie sobie nie ufają, gdzie dominowałoby oszustwo, niedotrzymywanie obietnic, czy zobowiązań. Zaufanie i nieufność to ważne kategorie życia społecznego mocno osadzone w tradycji i kulturze.

Problem wydaje się szczególnie aktualny wobec zmian jakie niesie z sobą reforma edukacji wyższej w naszym kraju. Stworzenie systemu, w którym dotychczasowe standardy kształcenia zastąpią wymierne, bo wyrażone wiedzą, umiejętnościami oraz kompetencjami personalnymi i społecznymi efekty kształcenia to szansa na poważne zmiany. Jest to wyzwanie przed jakim staje całe szkolnictwo wyższe i cała gospodarka. Powstanie Krajowych Ram Kwalifikacji skutkuje otwarciem i dostępnością edukacji dla innych krajów tak jak przystąpienie do wolnego rynku w sferze gospodarczej. To oznacza otwarcie się na wolną konkurencję także w obszarze edukacji.

Wyposażenie przyszłego inżyniera czy menedżera w kompetencje społeczne i jego umiejętności personalne stworzy w organizacjach, jak sądzimy, nową sytuację. Już bowiem

¹ S. Young, *Etyczny kapitalizm, Wyd. Metamorfoza, Wrocław 2005, s. 11-45.*

w trakcie edukacji przedstawiciele biznesu poprzez swój bezpośredni udział w kształceniu będą mieli możliwość wpływu na osiągnięte przez studenta efekty uczenia się. Z drugiej strony filozofia Europejskich i Krajowych Ram Kwalifikacji obliguje do uczenia się przez całe życie. Zatem transfer wiedzy, umiejętności i kompetencji pomiędzy edukacją wyższą a organizacjami gospodarczymi i instytucjami musi być wzajemny. Pozostawmy na potrzeby innych rozważań kwestię na ile nasze polskie organizacje są przygotowane na ścisłą współpracę z uczelniami w zakresie ich udziału w kształceniu (np. problemy z organizacją praktyk studenckich wobec niechętniej im postawy zakładów pracy).

Nas interesuje przede wszystkim fakt, że reforma edukacji stwarza szansę dla upowszechnienia świadomości o wadze ludzkich postaw i zachowań etycznych tak w relacjach wewnątrz organizacji jak i w stosunku do interesariuszy zewnętrznych.

2. Standardy etyczne jako wartość

W literaturze przedmiotu wielokrotnie wskazywano na fakt, iż wprowadzenie określonych zasad czy standardów etycznych w przedsiębiorstwie się opłaca. Wielu sceptyków wskazuje, szczególnie teraz w dobie kryzysu, na to, że przedsiębiorstwa mają skupić się przede wszystkim na przetrwaniu na rynku a nie na dbałości o poprawne etyczne relacje. Takiemu z kolei stanowisku sprzeciwiają się ci, którzy nastawienie na zysk uznają za niewystarczający efekt działalności przedsiębiorstwa. Budowanie strategii przedsiębiorstwa na wartościach (w tym także na wartościach etycznych) skutkuje lepszym radzeniem sobie w sytuacji kryzysowej². Co więcej ujmując rzecz filozoficznie można powiedzieć, że nastawienie działalności organizacji wyłącznie na osiąganie zysku zgodnie z formułą *the business of business is business* jest taką samą tautologią jak to, że działanie jest działaniem.

Powszechnie sądzi się, że podstawową wartością, która stanowi wyznacznik etycznego standardu organizacji jest odpowiedzialność zarówno w wymiarze społecznym organizacji jak i indywidualnym każdego pracownika. Ale czy profesjonalizm pracownika i organizacji wystarczy? Mimo, że można go traktować także jako wartość etyczną, to zapewne same kompetencje zawodowe nie wystarczą.

Bieżące wydarzenia w elektrowni atomowej w Japonii ponownie potwierdziły konieczność uczynienia z odpowiedzialności społecznej biznesu, priorytetu działalności przedsiębiorstw. Wiele organizacji traktowało i często nadal tak czyni, CSR jako pewnego rodzaju „dodatek” do normalnej, codziennej działalności biznesowej. Są i takie podmioty gospodarcze, które programy społecznej odpowiedzialności traktują jako swoiste zabezpieczenie, gdyby w ich działalności wystąpiłoby coś, co środowisko społeczne uznałoby za działanie nieodpowiedzialne.³ Można by powiedzieć „lepiej tak, niż w ogóle”. W obu tych przypadkach można uznać wprowadzanie CSR za instrument konkurencyjności, czyli postawę przedsiębiorstwa wyrażoną bądź jako ponoszenie odpowiedzialności, bądź gotowość wzięcia na siebie odpowiedzialności za ewentualnie negatywne skutki swego działania.

Idea społecznie odpowiedzialnego biznesu zderza się z podstawową wartością gospodarki rynkowej jaką jest niewątpliwie wolność gospodarcza, a ściśle rzecz ujmując zakres

² W. Matwiejczuk, *Zarządzanie organizacją w nowej rzeczywistości gospodarczej*, Difin Warszawa 2009 s. 115-117 oraz D. Dubois, W. Rothwell, *Zarządzanie zasobami ludzkimi oparte na kompetencjach*, ONE Exclusive Warszawa 2008 s. 17-31.

³ C. Smith, G. Lenssen, *Odpowiedzialność biznesu. Teoria i praktyka*, Wyd. Studio EMKA Warszawa 2009, s. 25-27 oraz J. Filek, *Ontologizacja odpowiedzialności*, Kraków 1996.

owej swobody działania. Ten aksjologiczny konflikt może być rozwiązany nie tylko na płaszczyźnie filozoficznej, dzięki powszechnie znanej formule: „nie ma wolności bez odpowiedzialności i odpowiedzialności bez wolności”. Od czasów J.S. Milla wiadomo nie tylko to, że granicą wolności człowieka, jest wolność drugiego człowieka, ale także, że ową granicę wyznaczamy sami tym, na ile jesteśmy odpowiedzialni za spożytkowanie własnej wolności. Według powszechnie dostępnych danych 20% ludności świata korzysta z 80% zasobów, ok. 5000 osób umiera każdego dnia z powodu zanieczyszczeń, świat wydaje 12 razy więcej na zbrojenia niż na pomoc krajom rozwijającym się, miliard ludzi nie ma dostępu do czystej wody pitnej a tyłu samo cierpi głód, podczas gdy 50% uprawy zbóż przeznaczanych jest na paszę lub biopaliwa. Ocieplenie klimatu spowodowało, że ostanie 15 lat to najcieplejszy okres w historii ziemi, a 40% ziemi uprawnej ulega biodegradacji. Rocznie znika 13 mln hektarów lasów, o do 2050 roku w oceanach prawie całkowicie znikną ryby. W tym kontekście, czy nie tracimy zaufania do samych siebie, do swojego rozumu, do racjonalności naszych decyzji i przewidywania skutków podejmowanych działań? Przechodząc na poziom organizacji, ze strony otoczenia społecznego kwestia ta wyznacza stopień zaufania społeczeństwa do przedsiębiorstwa. Od lat 70 tych ubiegłego wieku toczy się w literaturze dyskusja na temat roli zaufania wewnątrz organizacji jak i w jej działaniach zewnętrznych. Wystarczy wspomnieć takich autorów jak A. Fox, M. Hartmann, C. Offe, R. Springer, czy P. Sztompka.

Znaczny rozdźwięk między potrzebą zaufania a praktyką działań powoduje, że nie przekonują nas koncepcje, w których budowanie relacji opartych na zaufaniu pozostaje jedynie w sferze teorii. Nieliczne są próby nie tylko wskazania na możliwe instrumentarium umożliwiające zarządzanie opartym na zaufaniu, ale także podejmujące próbę zdiagnozowania tego stanu w wybranych instytucjach czy przedsiębiorstwach.⁴

Jednym z powodów takiej sytuacji wydaje się zjawisko ogólnej anomii moralnej społeczeństwa, potęgowanej rozbieżnością między na przykład wierzycielami a dłużnikami. Potwierdzeniem tego stanu jest obecny kryzys gospodarczy, czy też zjawisko zadłużania się państw wywołane głównie starzeniem się europejskich społeczeństw co skutkuje problemem wywiązywania się państwa z zobowiązań wobec swych obywateli.

Możemy zatem wybierać: czy udzielimy im i tym działaniom zaufania, czy przeciwnie obdarzymy nieufnością. Zaufanie pozwala nam ograniczyć niepewność i zmniejszyć podjęte ryzyko, zakładając, że inni zachowają się podobnie. Możemy zatem traktować zaufanie i nieufność – jak słusznie pisze P. Sztompka – jako swoiste zasoby, jako kapitał w rywalizacji o zmianę zastanej rzeczywistości⁵. Problem ten wydaje się szczególnie istotny w sferze relacji między państwem i wiarygodnością jego działania a biznesem. Polskim przedsiębiorcom niezwykle trudno formułować pozytywne lub negatywne przewidywania.

W odniesieniu do państwa ufamy, że inni będą bezinteresownie dbać o nasze sprawy, o naszą wspólną przyszłość, że będą spolegliwi. Zauważmy zatem, że im wyższe i mocniejsze są oczekiwania, tym bardziej rośnie ryzyko i tym większa szansa przegranej. Odwrotnie, mniejsze, słabsze ryzyko podejmowanych działań wynika z przekonania, że inni będą zachowywać się wobec nas egoistycznie, że będą interesowni. W ten sposób zostaje wyrażona nasza nieufność wobec otoczenia. Trudno się zatem dziwić, że zachowania takie uzna-

⁴ W. M. Grudzewski, I.K. Hejduk, A. Sankowska, M. Wańtuchowicz, *Zarządzanie zaufaniem w przedsiębiorstwie*, Oficyna, Kraków 2009.

⁵ P. Sztompka, (1999): *Trust: A Sociological Theory*, Cambridge, s. 11 -14.

je się za usprawiedliwione, ponieważ ludzie w większości kierują się własnymi interesami i korzyścią.

Powracając do głównego nurtu rozważań, chcemy wskazać, że obie strony, zarówno edukacja wyższa jak i gospodarka nie są w pełni przygotowane do nowej roli. Absolwent wyższej uczelni ma zdobyć obok szeregu umiejętności, szerokie kompetencje mierzone jego postawą. Aktualnie wycofano się jednak z użycia tego terminu, zastępując go kompetencjami personalnymi i społecznymi. Wśród tych kompetencji naczelnie miejsce zajmują odpowiedzialność, autonomia i wrażliwość moralna oraz zdolność do etycznej ocena życia w organizacji.

Tak wyposażony absolwent trafia do przedsiębiorstwa i tu dopiero okaże się czy te właśnie kompetencje są w danej organizacji obecne i uznawane za istotne i ważne, czy też nie. Wielu autorów zajmujących się problematyką etyczną w organizacjach zwraca uwagę na doniosłość tej problematyki, poszukując dróg i sposobów podwyższenia standardów moralnych w działalności gospodarczej. Poważnym problemem jest wyjaśnienie czym są standardy etyczne i co w sobie powinny zawierać. Z pewnością oznaczają one pewien zestaw wymaganych i określonych kulturowo zachowań moralnych. Chodzi tu niewątpliwie o określenie tych obszarów działalności, które mają wyraźnie etyczny kontekst, lub konsekwencje. Zawarte są we wspólnych wartościach i wywiedzionych z nich normach i regulacjach postępowania. Niektórzy etycy dość niechętnie odnoszą się do stosowania w obszarze etyki terminu standard. Czynią tak być może dlatego, że nie są zwolennikami standaryzacji różnych sfer naszego życia, która pojawiła się wraz z naszą obecnością w Unii Europejskiej, lub też wolą mówić o etyce elementarnej unikając pojęcia standaryzacji.

Opowiadamy się jednak za nieodzownością standaryzacji określonych zachowań moralnych, choćby dlatego, że w praktyce polskiego biznesu zbyt powszechnie wydaje się obowiązywać zasada „co prawnie nie zabronione, to moralnie dopuszczalne”. Słusznie zatem wielu autorów wskazuje na potrzebę budowania kodeksów etycznych, przynajmniej w odniesieniu do społecznie ważnych środowisk zawodowych.⁶

Jednocześnie mówiąc o standaryzacji należałoby rozstrzygnąć kwestię: czy standard etyczny oznacza określone „minimum” norm określanych w tradycji etyki jako elementarne, czy też standaryzacja zachowań poprawnych etycznie oznacza stworzenie pewnego modelu, wzorca wybranych i odpowiednio uzasadnionych norm typowych, na przykład dla danej profesji. W tym drugim przypadku mógłby to być kodeks etyczny mający obowiązywać w określonych korporacjach zawodowych. Zwolennicy określenia owego etycznego minimum odwołują się do tego, że w działalności przedsiębiorców zbyt dużo zależy od otoczenia gospodarczego, politycznego czy prawnego a zbyt niewiele od nich samych. Wydaje się, że standard etyczny powinien być wyznaczany przez obszar tego, co w działalności organizacji podlega etycznemu wartościowaniu i moralnej uwadze.

Zanim jednak wskażemy opcję, za którą się opowiadamy, przyjrzyjmy się propozycjom mającym wskazać sposoby i instrumenty poprawy kondycji etycznej naszych przedsiębiorstw, firm i instytucji. Wskazanie standardów etycznych funkcjonujących w wybranych firmach podjęła się ponad jedenaście lat temu A. Lewicka-Strzałecka.⁷ Obok zidentyfikowania podstawowych powinności etycznych i wdrażanych etycznych programów, au-

⁶ B. Nogalski, J. Śniadecki, *Etyka zarządzania przedsiębiorstwem*, Wyd. OPO Bydgoszcz 2001, s. 208.

⁷ A. Lewicka – Strzałecka, *Etyczne standardy firm i pracowników*, Wyd. IFiS Warszawa 1999.

torka skoncentrowała swoją uwagę na badaniu zachowań nieetycznych, chcąc przez to wskazać na to, co moralnie pożądane.

Programy etyczne, według autorki, znajdują swój konkretny wyraz w kodeksach etycznych. Podobnie B. Nogalski w przywoływanej pracy kładzie akcent na uzasadnioną konieczność istnienia etyki zawodowej, której normy określone są przez kodeks etyczny. Jeśli bowiem w zachowaniach ludzkich występuje wyraźny niedostatek przestrzegania, wydawałoby się powszechnie deklarowanych wartości etycznych wyrażonych w określonych normach moralnych, to przecież nie można oczekiwać stworzenia kodeksów etycznych dla każdej bez mała profesji. Wątpliwości nasze co do możliwości oparcia standardów etycznych o kodeksy nie mają jednakże nic wspólnego z polemiką jaka przetoczyła się w Polsce wśród peerelowskich marksistowskich etyków, atakujących etykę „kodeksową” z pozycji antychrześcijańskich.

Powyższe uwagi wskazują, naszym zdaniem, na wyraźne występowanie problemu z określeniem czym owe standardy etyczne są, co je wyznacza i jak je zbudować tak aby dały się nie tylko zidentyfikować, ale walidować, ocenić stopień ich spełnienia. Sądzymy, że jeśli takowe standardy zaczęłyby funkcjonować w praktyce działalności polskich przedsiębiorstw i firm, to najlepszym sposobem ich walidacji byłaby praktyczna ocena kompetencji osobowościowych i społecznych pracowników. Do takich procesów firmy nie są w większości przygotowane.

Nie ulega wątpliwości, że podstawową powinnością etyczną organizacji jest odpowiedzialność społeczna i to niezależnie od tego czy dotyczy odpowiedzialności wobec interesariuszy wewnętrznych czy też zewnętrznych lub jeszcze szerzej wobec społeczności ludzkiej. Ale jakie jeszcze powinności etyczne miałyby się znaleźć w standardzie? Zanim odpowiemy na to pytanie zauważmy, że niektórzy chcą umieszczenia programów etycznych w polityce społecznej organizacji. Owe programy mają znaleźć swoje wzmocnienie dzięki temu, że każdy pracownik będzie świadom etycznych wymiarów działalności swej organizacji, a w relacjach zewnętrznych poprawi to wizerunek organizacji. Rodzi się jednak wątpliwość o tak odległej tradycji, jak poglądy Sokratesa: czy wystarczy wiedzieć o tym, co jest dobre, aby nasze postępowanie było lepszym moralnie?

3. W poszukiwaniu rozwiązań

Powróćmy do poszukiwania powinności jakie powinny zawierać standardy etyczne w organizacji. Przyjrzyjmy się zatem temu, co kryje się pod wspomnianymi wyżej programami etycznymi. Lewicka-Strzałecka w cytowanej pracy utrzymuje, że owe programy mają przede wszystkim skutkować zapobieganiem, wykrywaniem i co wydaje się najważniejsze ujawnianiem i podejmowaniem działań naprawczych wobec wszelkich zachowań nieetycznych. Programy etyczne w istocie sprowadzają się chcąc nie chcąc do kodeksów etycznych. Większość autorów wiąże kodeksy etyczne z kulturą organizacyjną przedsiębiorstwa, firmy czy organizacji, ale do tej kwestii powrócimy w dalszej części artykułu. Są jednak i tacy, którzy szansę upowszechnienia standardów etycznych widzą w ścisłym związku kodeksów etycznych ze społecznym kontekstem działalności organizacji. W tej perspektywie kodeks będzie przede wszystkim wskazywał stopień odpowiedzialności najwyższego kierownictwa za dobre i złe skutki swej działalności wobec społeczeństwa.⁸

⁸ M. Rybak, *Etyka menedżera – społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa*, Wyd. PWN Warszawa 2007, s.139-140.

Zwraca się jednocześnie uwagę na fakt, że kodeks etyczny nie musi być specjalnym odrębnym dokumentem, bowiem standardy etyczne mogą być zawarte w innych dokumentach firmy takich jak regulaminy, statuty lub w wartościach i normach określonych w sformułowanej i obowiązującej kulturze organizacyjnej.

Same jednak kodeksy nie wystarczą. Tym co ma poprawić kondycję etyczną organizacji są szkolenia etyczne, których zadaniem jest uwrażliwienie pracowników na te obszary działalności organizacji, które mają wyraźne aspekty moralne. Będą to zapewne procesy rekrutacji, selekcji, redukcji pracowników, ścieżki kariery zawodowej i awanse, procesy podejmowania decyzji, trudne relacje i konflikty itp. Jeśli – jak chce M. Rybak – dodamy do tego jeszcze stworzenie instrumentów kontroli etycznej pod postacią rzecznika ds. etycznych – ombudsmana oraz rad lub biur ds. etyki, to otrzymamy podstawy instytucjonalnego funkcjonowania etyki w organizacji. Przy tak szeroko zakrojonych działaniach sformułowanie standardów etycznych objęłoby prawie wszystkie procesy, w których mają miejsce jakiegokolwiek relacje międzyludzkie. Wskazane zostałyby w ten sposób te zachowania, które są do przyjęcia jak i to, co nie jest w organizacji tolerowane. Nie można przecież jednocześnie rezygnować z zabiegów przeciwdziałających zachowaniom nieetycznym, a te wymagają stworzenia klimatu zaufania jako wartości kulturowej.

Kategoria zaufania traktowana jest jako jeden z paradygmatów uzależniających nasze obecne działania od antycypacji tego, co będzie w przyszłości i jest wyraźnie osadzona jako wartość w kulturze. Chodzi tu o określone fakty społeczne powodowane przez działania zarówno jednostek jak i zbiorowości organizacji czy instytucji. Działamy przecież w świecie w znacznym stopniu przez nas tworzonym, jesteśmy podmiotami mającymi zdolność wyboru. Wybór ten niesie ze sobą jednak, zwłaszcza w sferze gospodarczej, określone ryzyko. Mamy wówczas do czynienia ze swoistą grą o trafność naszych przyszłych działań i wybranych do tego partnerów. Możemy zatem wybierać: czy udzielimy im i tym działaniom zaufania, czy przeciwnie obdarzymy nieufnością. Zaufanie pozwala nam ograniczyć niepewność i zmniejszyć podjęte ryzyko, zakładając, że inni zachowają się podobnie. Możemy zatem traktować zaufanie i nieufność – jak słusznie pisze P. Sztompka – jako swoiste zasoby, jako kapitał w rywalizacji o zmianę zastanej rzeczywistości. Problem ten wydaje się szczególnie istotny w sferze relacji między państwem i wiarygodnością jego działania a biznesem. Polskim przedsiębiorcom niezwykle trudno formułować pozytywne lub negatywne przewidywania.

W tym miejscu godzi się zwrócić uwagę na fakt, że kultura zaufania jest ufundowana na określonych wartościach i normach etycznych. Należy do nich zaliczyć niewątpliwie takie jak: „nie oszukuj”, „nie kradnij”, „bądź odpowiedzialny za swoje słowa i czyny”, „nie donoś”, czy „bądź lojalny”. Czyż zatem przede wszystkim nie powinniśmy w tym względzie odwołać się do Dekalogu zawartego w Biblii? Przecież, aby darzyć kogoś zaufaniem lub żywić wobec czegoś ufność, należy być przekonanym, że dana obietnica zostanie dochowana, że termin zostanie dotrzymany, a urząd nas nie oszuka przy wyliczaniu należnego podatku. Czy wobec tego można wyodrębnić kryteria, które pozwolą rozstrzygnąć, które podmioty czy organizacje są godne zaufania a które nie? Do takiej grupy możemy zaliczyć zapewne reputację jaką cieszy się dana instytucja czy organizacja. Pamiętajmy jednak, że zaufanie jest tu tym większe im większa i głębsza jest nasza wiedza o przeszłości organizacji.⁹

⁹ M. Ossowska, *Normy moralne*, PWN Warszawa 2000, s.18 – 19.

Właśnie wymiar kulturowy zaufania wydaje się niezwykle istotny, tu bowiem kumuluje się wspólnota wartości, norm i zbiorowych doświadczeń przeszłości. Oznacza to, że ufność lub podejrzliwość funkcjonują jako fakty społeczne i mogą stać się, tak jak zaufanie czy też jego brak, społeczną regułą, a nie tylko osobistym nastawieniem. Na ile można ufać temu, że osobisty system wartości, oparty na normach, styl kierowania ludźmi jest faktycznie realizowany jako swoiste „etyczne posłannictwo” i przez przedsiębiorcę kreowany w misji firmy? Wątpliwości te potwierdzają wyniki badań. W odniesieniu do tak delikatnej materii jaką są zachowania moralne nigdy nie mamy pewności, czy mamy do czynienia z deklaracjami badanych czy z faktycznymi zachowaniami.¹⁰ Zatem zaufanie niewątpliwie wypisywałoby się w obszar standardów etycznych.

Istotnym sposobem kształtowania etycznego oblicza organizacji jest koncepcja na instytucjonalizacji etyki określająca obszar etycznej uwagi w zarządzaniu, oraz zakres odpowiedzialności społecznej, pośrednio wyznaczając zawartość etycznych standardów. Autorka tej koncepcji M. Rybak wskazała także na możliwość stosowania audytów etycznych przywołując anglosaskie normy AA1000 i SA 8000. Wprowadzenie instytucji rzeczownika ds. etyki, komisji lub komitetów etycznych w przekonaniu autorki zmieniłoby relacje wewnątrz przedsiębiorstwa. Zwraca ona uwagę, że zinstytucjonalizowanie etyki w zarządzaniu przysporzyłoby przedsiębiorstwu korzyści w postaci obniżenia kosztów zachowań nieetycznych, stworzenia klimatu zaufania i lojalności.

W poszukiwaniu skutecznego wzmocnienia etyczności polskich przedsiębiorstw sięgnięto również do podstaw ekonomicznych stanowiących etyczną infrastrukturę działalności gospodarczej. W. Gasparski, autor tej koncepcji¹¹ wyszedł ze słusznego założenia, że ekonomia to nauka społeczna i znacznie bliższa treściom humanistycznym niż ścisłym prawom i wyliczeniom w fizyce. W przeciwnym wypadku cofalibyśmy się do dwudziestowiecznego neopozytywizmu z „Kołem Wiedeńskim” w tle. W tej koncepcji akcentuje się wartości i normy, które mogą zostać użyte jako narzędzia kształtowania etyczności przedsiębiorstwa i dodajmy mogłyby wyznaczać obszar standardów etycznych. Chodzi ty zatem o to, aby ową infrastrukturę tworzyły takie instrumenty, jak ład korporacyjny, kodeksy etyczne (pakiet „Etyczna firma”) czy też szkolenia etyczne. Gasparski proponuje budowę takiej infrastruktury dla określonych sfer życia gospodarczego: finansów, administracji publicznej itp. Pozostaje otwarte pytanie autora tego pomysłu: co powinno uczynić państwo dla ulepszenia istniejących regulacji, tak aby etyczne zasady w życiu polskich przedsiębiorstw i przedsiębiorców, mogły stanowić ową wartość dodaną umacniającą ich konkurencyjność na konkurencyjnym rynku.

4. Podsumowanie

Z przedstawionych stanowisk można wnosić, a jest to tylko część dyskursu toczącego się w środowisku naukowym, że nadal w naszym życiu gospodarczym chodzi przede wszystkim o biznes i to nie zawsze uczciwy. Poszukiwania etyczności powinny zatem iść w kierunku kształtowania kultury organizacyjnej opartej na wartościach jasno określonych i mocno osadzonych w etyce. To ona powinna obligować uczestników organizacji do ocze-

¹⁰ J. Szczupaczyński, *Zarządzanie a etyka w opinii polskich przedsiębiorców*, „Przegląd organizacji” nr 10/2010, s. 14.

¹¹ W. Gasparski, *Etyczna infrastruktura działalności gospodarczej*, [w:] *Etyka i Ekonomia*, praca zbiorowa pod red. B. Klimczak, A. Lewicka-Strzalecka, Wyd PTE, s. 48-49.

kiwanych postaw i zachowań. Oczywiście muszą temu towarzyszyć określone sankcje za zachowania niezgodne z określonymi standardami. Powracając do myśli co jeszcze można by zrobić, dostrzegamy konieczność obligatoryjnego, być może nawet usankcjonowanego prawnie, obowiązku sformułowania i wprowadzenia w życie kultury organizacyjnej w każdej organizacji i to począwszy od szkół, poprzez uczelnie, a na przedsiębiorstwach i instytucjach kończąc. Takie działanie winno być oczywiście wsparte przez instytucję państwa.

Na zakończenie chcemy wskazać, iż wejście w życie nowej filozofii kształcenia w szkolnictwie wyższym, które zdaniem większości środowiska stanowi swoistą „rewolucję”, stworzy nową jakość społeczną. Realizacja procesu bolońskiego w Polsce, rozwój społeczeństwa i gospodarki opartej na wiedzy skutkować winny między innymi znaczącym związaniem edukacji z gospodarką. Stanowić to może dobrą okazję do podjęcia takich działań, aby wśród mocno akcentowanych kompetencji i kwalifikacji przyszłego absolwenta należne miejsce zajęły określone kompetencje społeczne i kwalifikacje etyczne niezbędne w życiu zawodowym.

5. Literatura

- [1] Dubois D., Rothwell W., *Zarządzanie zasobami ludzkimi oparte na kompetencjach*, ONE Exclusive Warszawa 2008.
- [2] Filek J., *Ontologizacja odpowiedzialności*, Kraków 1996.
- [3] Gasparski W., *Etyczna infrastruktura działalności gospodarczej*, [w:] *Etyka i Ekonomia*, praca zbiorowa pod red. B. Klimczak, A. Lewicka-Strzałecka, Wyd PTE.
- [4] Gasparski W., *Etyczna infrastruktura działalności gospodarczej*, [w:] *Etyka i Ekonomia*, praca zbiorowa pod red. B. Klimczak, A. Lewicka-Strzałecka, Wyd PTE.
- [5] Grudzewski W. M., Hejduk I.K., Sankowska A., Wańtuchowicz M., *Zarządzanie zaufaniem w przedsiębiorstwie*, Oficyna, Kraków 2009.
- [6] Lewicka – Strzałecka A., *Etyczne standardy firm i pracowników*, Wyd. IFiS Warszawa 1999.
- [7] Matwiejczuk W., *Zarządzanie organizacją w nowej rzeczywistości gospodarczej*, Difin Warszawa 2009.
- [8] Nogalski B., Śniadecki J., *Etyka zarządzania przedsiębiorstwem*, Wyd. OPO Bydgoszcz 2001.
- [9] Rybak M., *Etyka menedżera – społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa*, Wyd. PWN Warszawa 2007.
- [10] Smith C., Lenssen G., *Odpowiedzialność biznesu. Teoria i praktyka*, Wyd. Studio EMKA Warszawa 2009.
- [11] Szczupaczyński J., *Zarządzanie a etyka w opinii polskich przedsiębiorców*, „Przegląd Organizacji” nr 10/2010.
- [12] Sztompka P., (1999): *Trust: A Sociological Theory*, Cambridge.
- [13] Young S., *Etyczny kapitalizm*, Wyd. Metamorfoza, Wrocław 2005.

Streszczenie

Przejawy nagannych zachowań moralnych występują dość powszechnie na ulicy, w szkole, w życiu gospodarczym, w polityce, w instytucjach i przedsiębiorstwach. Nie jest zadaniem artykułu analizowanie przyczyn tego tak dość

powszechnie występującego zjawiska, szczególnie w jego makrospołecznej skali. Z drugiej strony jednak aż nadto przykładów w funkcjonowaniu globalnej gospodarki, postaw i zachowań budzących moralną dezaprobatę. Takie zjawiska jak tzw. wirtualna księgowość, kryzys finansów światowych wywołany bezprzykładnym dążeniem banków do mnożenia swych zysków za wszelką cenę, czy też oszustwa na wielką skalę stosowane przez wydawałoby się godne zaufania instytucje finansowe są tego widowym przykładem.

W środowisku etyków, szczególnie tych, którzy współpracują ze sferą biznesu poszukuje się sposobów wprowadzenia standardów etycznych do przedsiębiorstw, firm, czy instytucji. Wielu z nich wzorem krajów anglosaskich akcentuje potrzebę wprowadzenia w ramach postulowanych programów etycznych, kodeksów, szkoleń, instytucji ombudsmana czy audytów etycznych. Przekonywujące są te propozycje, które wskazują na wzrastającą rolę kapitału ludzkiego w zarządzaniu, gdzie kompetencje pracowników i kultura organizacyjna przedsiębiorstwa stają się kluczowymi czynnikami konkurencyjności. Podejmowane są starania zinstytucjonalizowania etyki w organizacjach, bądź tworzenia swoistej infrastruktury etycznej dla różnych sektorów życia gospodarczego. Odpowiedzią na pytanie co można uczynić więcej, aby zwiększyć etyczność przedsiębiorstw, aby etyczne standardy stanowiły w praktyce działalności organizacji wartość dodaną, jest oczekiwanie od instytucji państwa wsparcia dla idei obowiązku tworzenia i wdrażania kultury organizacyjnej w równej mierze w sferze gospodarczej jak i edukacji. Ona mogłaby stanowić ową infrastrukturę zinstytucjonalizowanej etyki w zarządzaniu.

Słowa kluczowe: zaufanie w gospodarce rynkowej, krajowe ramy kwalifikacji, standardy etyczne, kodeksy etyczne, instytucjonalizacja etyki, infrastruktura etyki.

ETHICAL STANDARDS AS ADDED VALUE IN THE COMPANY

Summary

Manifestation of bad moral behaviour is quite common in the streets, at school, in the economy and politics, in institutions and companies. The aim of this article though is not to analyse reasons of this wide phenomenon, especially in the macrosocial scale. On the other hand, however, there is plenty of examples of attitudes in the global economy provoking our disapproval. Activities such as 'virtual accountancy', world economies' crisis caused by the banks' struggle to generate profits at all costs or serious frauds committed by allegedly reliable financial institutions are obvious example of that.

Among the ethics professionals, especially those working in business, it is more and more common to look for ways of introducing ethical standards in companies or institutions. Many of them underline the need to implement codes of ethics, trainings, ombudsman or ethical audits just like in the Anglosphere. Many of these suggestions are convincing and show increasing role of human capital in the management where employees' competences and company's organisaton culture are key competitiveness factors. Some efforts are made to institutionalize ethics in the organisations or create ethical infra-

structure for different branches of economy. To answer the question of what can be done to increase the companies' ethics, to make the ethical standards as added value in the company's performance we must expect support from the state to promote the idea of creating and introducing organisation culture both in the economy and education. This idea could be the institutionalized infrastructure of ethics in the management.

Keywords: confidence in the market economy, national qualifications framework, ethical standards, codes ethics, institutionalization of ethics, ethics infrastructure.

Translated by Andrzej Masłowski

ANDRZEJ MASŁOWSKI
Akademia Morska w Gdyni
e-mail: anmas@am.gdynia.pl
<http://www.am.gdynia.pl>