

Wojciech Gasparski

KU OBYWATELSKIEJ RZECZPOSPOLITEJ GOSPODARCZEJ¹

O ile w ustrojach monarchicznych i oligarchicznych (na przykład polska demokracja szlachecka) część społeczeństwa (często ogromna jej większość) skazana jest na rolę warstw biernych czy też podporządkowanych, ponieważ władza spoczywa w rękach mniejszości, o tyle w założeniu demokratycznym to powinno być wykluczone, czy w rzeczywistości jest wykluczone?

[Jan Paweł II, Pamięć i tożsamość, Znak, Kraków 2005, s. 135]

[słowa kluczowe: transformacja, udziałowcy firmy, wkład interesariusza, etyka biznesu, konkurencja, ochrona konsumenta]

Streszczenie

Transformacji politycznej, w wyniku której powstała III Rzeczpospolita, towarzyszyła transformacja ekonomiczna. Jednak de facto nie doprowadziła ona naszego życia gospodarczego do postaci obywatelskiej rzeczpospolitej gospodarczej. Pojawili się wprawdzie różni udziałowcy, rozróżniamy koncepcje jednointeresariuszowe i wielointeresariuszowe, ale ciągle dominują w nich „arystokraci” biznesu. Rodzi to wiele zagadnień z zakresu ochrony konkurencji i konsumentów. Wynika też z tego problem, który określić można pytaniem – co należy zrobić, by przekształcić aktualną „szlachecką” rzeczpospolitą gospodarczą w obywatelską rzeczpospolitą gospodarczą? Artykuł stanowi przegląd teoretycznych rozważań wielu autorów, charakteryzujących wiodący tu problem z różnych punktów widzenia.

* * *

¹ Pierwodruk w: Cezary Balasiński, red., 2005, *Ochrona konkurencji i konsumentów w Polsce i Unii Europejskiej (studia prawno-ekonomiczne)*, UOKiK, Warszawa, s. 231-240.

Zacznijmy od przypomnienia, że działalność gospodarcza polega na wymianie² (sprzedaży/kupnie) tego, co mają do zaoferowania sobie nawzajem podmioty gospodarcze występujące na rynku, który ma być wolny w tym sensie, że sytuuje każdy podmiot gospodarczy w pozycji ani lepszej, ani gorszej od innych podmiotów, a ponadto nie jest poddawany regulacjom ograniczającym swobodę wymiany. Procesy wymiany przebiegające w takich warunkach zapewnić mają spontaniczny ład³ przez to, że cena sprzedaży/kupna ustali się na poziomie satysfakcjonującym strony transakcji. Strony te kierują się w swych wyborach preferencjami oraz konkurują między sobą jakością produktu oferowanego do wymiany.

Tak określony mechanizm stanowi ideał na podobieństwo znanych: np. z fizyki zderzenia kul doskonale sprężystych, ruchu bez tarcia, czy znanych z chemii gazów doskonałych. Owe ideały, czy doskonałości stanowią wzorce, ze względu na które formułuje się ogólne twierdzenia. Korzystanie z wiedzy zdobytej w ten sposób wymaga wprowadzenia współczynników sprężystości, resp. tarcia, a w konstrukcjach inżynierskich tzw. współczynnika bezpieczeństwa gwarantującego, że rzeczywiste rozwiązania nie ulegną katastrofie. Bufor współczynników oddzielających idealizacje fizyczne dostarczające „wiedzy, że...” od realiów inżynierskich stosujących „wiedzę, jak...” (by przypomnieć rozróżnienie wprowadzone przez Gilberta Ryle’a) jest oczywisty: stosowne procedury akceptacji projektowanych rozwiązań służą zapewnieniu trafności i poprawności konstrukcji oraz procesów ich tworzenia.

Idealizacje ekonomiczne różnią się od idealizacji fizycznych dwojako. Po pierwsze, jako odnoszące się do świata kultury, tj. świata aktywności człowieka, a nie świata natury, którym zajmuje się fizyka, są obciążone *współczynnikiem humanistycznym* określonym przez Floriana Znanieckiego tak oto:

Tę cechę zjawisk kulturalnych, przedmiotów humanistycznego badania, tę ich zasadniczą właściwość, że jako przedmioty teoretycznej refleksji są one już przedmiotami komuś danymi w doświadczeniu, lub czyimiś świadomymi czynnościami, nazwać możemy współczynnikiem humanistycznym tych zjawisk. Mit, dzieło

² Wiedzę o wymianie gromadzić miała postulowana przez R. Whatleya *katalaktyka*, jak nazwał on *naukę o wymianie* w książce *Introductory Lectures on Political Economy*, cyt. za [Mises 1995, s. 15].

³ Por. F. A. Hayek, 1973, *Law, Legislation, and Liberty*, t. 1. „Rules and Order”, University of Chicago Press, Chicago, s. 36; cyt. za [Kuniński 1992, s. 347].

Ku obywatelskiej Rzeczypospolitej Gospodarczej

sztuki, wyraz mowy, narzędzie, schemat prawny, ustrój społeczny są tym, czym są jedynie jako świadome ludzkie zjawiska; poznajemy je tylko w odniesieniu do znanego lub hipotetycznie skonstruowanego kompleksu doświadczeń i czynności tych empirycznych, ograniczonych, historycznie i społecznie uwarunkowanych osobników lub zbiorów osobników świadomych, którzy je wytworzyli i którzy się nimi posługują. [...] Cała rzeczywistość obiektywna tych zjawisk jako przedmiotów wiedzy humanistycznej [...] znika bez śladu z chwilą, gdy usuniemy współczynnik humanistyczny, gdy zjawiska te ujmijemy [...] jako rzeczywistość 'niczyją' o typie postulowanym przez nauki przyrodnicze. [Znaniecki 1988, s. 25].

W związku z powyższym warto przywołać interesujące badania kulturoznawcze przeprowadzone przez Michaela Fleischera z Centrum Willy'ego Brandta w Uniwersytecie Wrocławskim. Badał on semantyczną reprezentację wyrażaną w słowach odnoszących się do rzeczywistości (*Realität/Wirklichkeit*) postrzeganej przez respondentów pochodzących z kilku miast Polski [Fleischer 2002]. Jednym z wyników badań jest lista porównawcza symboli kolektywnych⁴ charakterystycznych dla Polski, Niemiec i Rosji. Znamienne jest, że takie słowa jak: „sukces”, „praca”, „pieniądze”, „państwo”, „prawa”, „konstytucja”, „Europa”, a nawet „kapitalizm” i „socjalizm” nie występują na liście symboli polskich, ani rosyjskich, choć są na liście niemieckich pozytywnych symboli kolektywnych; na liście symboli rosyjskich występują pieniądze. Natomiast „dobro”, „uczciwość”, „dobroć”, „kultura”, „honor” zajmują znaczące miejsce pozytywne na liście polskiej, na której „chamstwo” ma wysoką pozycję negatywną, podobnie jak „nienawiść” na liście niemieckiej. Na wszystkich listach „bezrobocie” (także „bieda” na liście niemieckiej) i „wojna” wyróżniane są skrajnie negatywnie.

Badania M. Fleischera dotyczyły ponadto profili semantycznych, tj. nazw wskazywanych przez respondentów w związku ze słowami będącymi symbolami kolektywnymi. Otóż 'bezrobocie' jako negatywny symbol kolektywny kojarzony jest w 52,7% z biedą, a w 46,0% brakiem: pracy, pieniędzy, perspektyw, środków, aktywności, możliwości, bezpieczeństwa, wiary w siebie, kwalifikacji, nadziei, pewności siebie, przyszłości i z beznadzieją. Nie należy się więc dziwić, że – przy

⁴ *Symbole kolektywne* to słowa stanowiące jednostki funkcjonalne wykazujące silne pozytywne lub negatywne nacechowanie oraz – jednocześnie – kulturowe znaczenie będące jednym z warunków przynależności do określonej kultury [Fleischer 2002, s. 41].

wysokim bezrobociu w Polsce – powraca nazwa „zakład pracy” [Rok 2004]. Od firm oczekuje się bowiem tego, by przede wszystkim zapewniały pracę, czyli eliminowały biedę i wszystkie wymienione powyżej braki oraz beznadzieję.

Ważnym elementem społecznego tła uprawiania działalności gospodarczej jest kontekst polityczny. W związku z tym na uwagę zasługuje to, jak „polityka” jako symbol kolektywny wypada w badaniach M. Fleischera. Otóż „polityka” kojarzona jest w Polsce z: korupcją, bagnem, oszustwem, obłudą, prywatą, własnym interesem, korytem, złodziejstwem, nepotyzmem, malwersacjami (łącznie 22%), władzą (12%), sejmem, parlamentem, prezydentem (11,3%), partiami (9,3%), walką o władzę (8,7%), kłótniami (8,7%), kłamstwem (8,0%), rządem (6,7%), ideologią (4,7%), manipulacją (4,7%), demokracją (4,0%), państwem (4,0%), bałaganem, pieniędzmi, głupotą. Nie wymaga to, jak sądzę, komentarza [Gasparski 2005].

Po drugie idealizacje ekonomiczne same bywają konstruktami, czyli tworamizaprojektowanymi ze względu na przyjęte z góry założenia i jako takie są elementami „wiedzy, jak...” ubranej jedynie w szaty wiedzy pozytywnej, tj. „wiedzy, że...”. Dzieje się tak szczególnie wówczas, gdy założenia mają swe źródło w ideologii.

Specyficzne pojmowanie wolności, które szeroko rozpowszechnia się dziś w opinii publicznej, odsuwa uwagę człowieka od odpowiedzialności etycznej. To, na czym dziś koncentruje się uwaga, to sama wolność. Mówi się: ważne jest, aby być wolnym i wykorzystywać tę wolność w sposób niczym nie skrepowany [...] To jasne: jest to forma liberalizmu prymitywnego. [...] Jeżeli wolność przestaje być związana z prawdą, a uzależnia prawdę od siebie, [to] tworzy logiczne przesłanki, które mają szkodliwe konsekwencje moralne. Ich rozmiary są czasami nieobliczalne [Jan Paweł II 2005, s. 42, 51].

Od dawna formułowane są dwa postulaty: jeden teoretyczny, drugi praktyczny. Postulat teoretyczny głosi, że „Konieczna jest budowa teorii katalaktycznej na solidnej podstawie ogólnej teorii ludzkich działań – prakseologii” [Mises 1995, s. 19]. Postulat praktyczny wskazuje, że niezbędna jest dbałość o przestrzeganie zasad ustroju ekonomicznego, a w szczególności chronienia warunków rzeczywistej konkurencji, a także chronienia tych podmiotów uczestniczących w wymianie rynkowej, które – z natury rzeczy mają – słabszą od innych pozycję, a są nimi konsumenci. Taką funkcję spełniają urzędy antymonopolowe, bądź urzędy ochrony konkurencji i konsumentów pilnujące ładu na rynkach gospodarczych niczym policja drogowa, bez której liczba wypadków byłaby znacznie większa, niż

liczba – wciąż zbyt wielka – przekroczeń zasad poruszania się, jakie określone są w kodeksie drogowym.

Z prakseologicznego punktu widzenia sprawą kluczową jest to, kto (lub może co?) jest podmiotem wymiany gospodarczej, od tego bowiem zależy, komu przysługiwać ma swoboda wymiany na wolnym rynku. Czy są to zgodnie ze stanowiskiem ekonomii neoklasycznej, jak przypomina Bożena Klimczak, dwa typy podmiotów zbiorowych: gospodarstwa domowe i przedsiębiorstwa [Klimczak 1996, 13]. Czy są to podmioty indywidualne, jak głosi nowoczesna ekonomia subiektywistyczna, która „Nie ogranicza się do badania wyłącznie działań przedsiębiorców, ani nie zajmuje się fikcyjnym *homo oeconomicus*. Jakie są bezwzględnie obowiązujące każdego człowieka kategorie ludzkiego działania.” [Mises 1995, s. 81].

Pytania te wiążą się ściśle z pytaniem o znaczenie różnych zasobów (środków) wykorzystywanych w działalności gospodarczej. A więc, czy jest to kapitał? A może bogactwa naturalne? Lub może praca? Tak było do niedawna. Współcześnie natomiast jest to wiedza. Czy w pełni? Jak na razie jest to gospodarka oparta na wiedzy. Píše o tym Peter F. Drucker:

Teraz wiedza szybko staje się jedynym czynnikiem produkcji spychając na drugi plan zarówno kapitał, jak i siłę roboczą. Byłoby przedwczesne (z pewnością także byłoby to dowodem zarozumiałości) nazywać nas ‘społeczeństwem wiedzy’ – jak dotąd dysponujemy jedynie ekonomią opierającą się na wiedzy. [Drucker 1999, s. 22].

[...] Na pierwszy rzut oka wydaje się, że ekonomia w niewielkim stopniu podlega wpływowi uznania wiedzy za podstawowy zasób. [...] Ale taki pogląd może być mylący. [...] ekonomia światowa pozostaje ekonomią rynku i zachowuje rynkowe instytucje, jej istota radykalnie się zmienia. [...] jest to ekonomia [...] zdominowania przez kapitał informacji. [...] Stopniowo zysk pochodzący z tradycyjnych zasobów – pracy, ziemi i pieniędzy – staje się coraz mniejszy. Jedynym, a przynajmniej głównym, producentem bogactwa są informacje i wiedza. [Drucker 1999, s. 148-149].

Rosnące znaczenie wiedzy powinno wpływać czynnie na demokratyzację rynku i upodmiotowienie występujących na nim aktorów (jak piszą prakseologowie posługujący się językiem angielskim) czy sprawców (jak nazywa ludzi działających prakseologia polska wywodząca się od filozofii praktyczności Tadeusza Kotarbińskiego). Na terenie gospodarki powtarza się historia społeczna. Pierwszą republiką jaką znają dzieje naszego kraju była *Rzeczpospolita szlachecka*. Podmiotami

tej I Rzeczypospolitej była arystokracja i drobna szlachta, czyli, optymistycznie licząc, co najwyżej dziesięć procent ludzi zamieszkujących tereny ówczesnej Polski. Dopiero II Rzeczpospolita odrodzona po zaborach, po I wojnie światowej, była republiką obywatelską czyniąc jej podmiotami wszystkich mieszkańców kraju. Taką jest III Rzeczpospolita ukształtowana w wyniku transformacji politycznej przełomu lat osiemdziesiątych i dziewięćdziesiątych ubiegłego stulecia.

Transformacji politycznej towarzyszyła transformacja ekonomiczna, która zastąpiła gospodarkę centralnie sterowaną, będącą notoryczną gospodarką niedoboru, gospodarką wolno-rynkową. Nie nadała ona jednak życiu gospodarczemu postaci *obywatelskiej rzeczpospolitej gospodarki*, a przynajmniej nie uczyniła tego *de facto*. Polska gospodarka *hic et nunc* bliższa jest, pod względem upodmiotowienia aktorów (sprawców) gospodarczych, rzeczpospolitej szlacheckiej. Jej podmiotami rzeczywistymi są „arystokraci” biznesu oraz „drobna szlachta biznesu”, rzecz jasna nie w klasowym, a jedynie metaforycznym, rozumieniu tych pojęć.

Wraz z odrzuceniem monopolu partii zlikwidowane zostały polityczne i organizacyjne podstawy systemu społecznego, którego nomenklatura była wytworem i równocześnie kluczowym ogniwem (co nie jest równoznaczne z utratą zasobów indywidualnych i zbiorowych, które skupiały w swoich rękach warstwy rządzące Polską do 1989 r.). W takich warunkach trudno rozpatrywać formowanie się nowych elit w początkowym okresie transformacji w kategoriach klasowych. Wprowadzie radykalne zmiany ustrojowe zaczęły wprowadzać mechanizmy strukturotwórcze zbliżone do funkcjonujących w społeczeństwach rynkowych i staliśmy się świadkami wyłaniania nowych 'klas wyższych', jednak jak pokazują badania [...] proces ten wykracza poza kilkuletni okres transformacji [Jasiecki 2002, s. 39-40].

Demokratyzacja republik gospodarki – *społeczeństw biznesu*, jak je nazwał Kenneth E. Boulding⁵, zapoczątkowana została w krajach gospodarczo najwyżej

⁵ „Społeczeństwo biznesu definiuję jako system społeczny, który zorganizowany jest przede wszystkim poprzez instytucje wymiany.[...] [Jednakże] żadne społeczeństwo nie jest 'czystym' społeczeństwem biznesu. Oznacza to, że żadne społeczeństwo nigdy nie organizowało się wyłącznie wokół instytucji wymiany. Każde społeczeństwo ma rząd, który organizuje system groźby, oraz instytucje integrujące, jak rodzina, Kościół, szkoła, klub i podobne.” [Boulding 1985, s. 62-66].

Ku obywatelskiej rzeczpospolitej gospodarczej

rozwinętych, będących – posługując się pojęciem P. Druckera [op. cit.] – społeczeństwami wiedzy. Czynnikiem, który wpływa na demokratyzację działalności gospodarczej postępującą nie bez oporów⁶, jest to, iż wszyscy stajemy się w coraz większym stopniu pracownikami (robotnikami) wiedzy (*knowledge worker*), jak określa ich (nas) cytowany wcześniej P. Drucker.

W społeczeństwie wiedzy nawet robotnicy o niskich kwalifikacjach świadczący usługi nie są ‘proletariuszami’. Pracownicy zespołowo posiadają środki produkcji. Tylko nieliczni z nich są zamożni. Bardzo nieliczni są bogaci (choć wielu można określić jako finansowo niezależnych i żyjących, jak mówimy obecnie, ‘dostatnio’). Wspólnie jednak, czy to przez swe fundusze emerytalne, czy przez fundusze wzajemne i emerytalne konta itp., ludzie ci posiadają środki produkcji. Ludzie, którzy mają władzę wypowiedzenia się w sprawach pracowników, sami są pracownikami, to jest urzędnikami zarządzającymi funduszami emerytalnymi stanów i lokalnych rządów w Stanach Zjednoczonych. Ci zarządzający funduszami emerytalnymi są jedynymi prawdziwymi ‘kapitalistami’ w Stanach Zjednoczonych. ‘Kapitaliści’ zatem stali się pracownikami w pokapitalistycznym społeczeństwie wiedzy, Są opłacani jak pracownicy. Myślą jak pracownicy. Postrzegają siebie jako pracowników. Ale działają jak kapitaliści. [Drucker 1999, s. 59].

Z powyższego względu, dodaje P. Drucker, już nie pracownik służy kapitałowi, jak dawniej było, ale kapitał służy pracownikowi, co pociągnęło za sobą konieczność innego określenia roli, władzy i funkcji kapitału oraz kierowania korporacjami [Drucker, op. cit.]. Jednakże to nie P. Drucker zainicjował rozszerzone rozumienie udziałowca firmy. Pierwszeństwo, jak piszą R. E. Freeman & R. Phillips [1995], przysługuje Stanfordzkiemu Instytutowi Badawczemu, który w 1963 roku wprowadził pojęcie *stakeholder* („ten-kto-angażuje-stawkę”) jako grę słów nawiązującą do terminu *stockholder* (udziałowiec). Polskim odpowiednikiem terminu „stakeholder” jest *interesariusz*. Okres 1963-1983 był swego rodzaju prehistorią *teorii interesariuszy*, której historia datowana jest od opublikowania

⁶ Por. rozdział „Społeczna odpowiedzialność biznesu: argumenty przeciw i za” w: [Gasparski 2004, s. 397-412].

przez R. E. Freemana pracy poświęconej zarządzaniu strategicznemu w ujęciu odwołującym się do pojęcia interesariuszy [Freeman 1984].

Wedle definicji stanfordzkiej interesariusze to wszyscy ci, bez których żadna organizacja nie mogłaby funkcjonować. Są to więc udziałowcy (akcjonariusze), pracownicy, klienci, dostawcy, kredytodawcy oraz społeczeństwo. Według definicji R. E. Freemana interesariuszami organizacji są wszyscy (indywiduali i grupy), którzy wpływają na organizację oraz na których swym funkcjonowaniem wpływa organizacja.

Koncepcja wielo-interesariuszowa, w odróżnieniu od koncepcji jedno-interesariuszowej (właściciele/udziałowcy), jest koncepcją pochodną od teorii systemów⁷ [Midgley 2000]. Interesariusze tworzą konstytuującą organizację, czyli system stanowiący firmę *sensu largo*, tj. firmę *sensu stricto* (ograniczoną do właścicieli/udziałowców niekiedy z uwzględnieniem zarządu, rzadziej interesariuszy wewnętrznych) oraz jej otoczenie bliższe i dalsze. Tak rozumiana organizacja gospodarcza stanowi nie prosty mechanizm do pomnażania pieniędzy zainwestowanych przez jedną grupę interesariuszy, ale instytucję złożonej społeczności, której członkowie inwestują swoje „stawki” (*stakes*) w jej funkcjonowanie.

Stawką (wkładem) jest to, co interesariusz wnosi do przedsięwzięcia/przedsiębiorstwa. Stanowi to swego rodzaju inwestycję, z którą interesariusz wiąże to, co spodziewa się osiągnąć, a co ma postać materialną i/albo niematerialną (np. uprawnienie, do którego ma on/ona jakiś tytuł, albo, które wynika z regulacji prawnych). Idea stawki rozciąga się więc między dwoma biegunami: zwykłym interesem i tym, co wynika z legalnego właścicielstwa, pomiędzy którymi sytuują się „prawa” do czegoś [Carroll & Buchholtz 2003, s. 69]. Mogą to być żądania do określonego prawem traktowania, do postępowania *fair*, czyli do niedyskryminowania, do prywatności itp. Cytowani autorzy wymieniają ponadto przykładowo prawa moralne wynikające np. ze stażu pracy oraz prawa konsumenta do bezpiecznego produktu sprzedanego nabywcy za jego pieniądze.

Stawki różnych interesariuszy są różne, rozpoznanie tych stawek ułatwia podział interesariuszy na pierwszo- i drugoplanowych oraz na interesariuszy społecznych i niespołecznych.

⁷ Ważnym przyczynkiem przedstawiającym systemowe ujęcie przedsiębiorstwa był wykład o. Józefa Marii Bocheńskiego zaprezentowany w roku 1985 w jednym z banków w Zurychu [Bocheński 1993].

Tablica 1. Rodzaje interesariuszy wg D. Wheelera i M. Sillanpää

Interesariusze	Pierwszoplanowi	Drugoplanowi
Spoleczni	Udziałowcy i inwestorzy Pracownicy i menedżerowie Klienci Społeczności lokalne Dostawcy i inni partnerzy biznesowi	Rząd i prawodawcy Instytucje pozarządowe Społeczne grupy nacisku Media i komentatorzy akademiccy Ciała handlowe Konkurenci
Niespołeczni	Środowisko naturalne Przyszłe pokolenia Zwierzęta	Grupy nacisku ekologicznego Organizacje ochrony zwierząt

Źródło: [Carroll & Buchholtz 2003, s. 71-72]

Koncepcja wielo-interesariuszowa powoduje konieczność uwzględniania stawek poszczególnych interesariuszy jako warunku koniecznego efektywnego funkcjonowania poszczególnych organizacji gospodarczych w jej związku ze społecznościami, w jakich funkcjonują oraz gospodarki jako całości⁸ w jej związku ze społeczeństwem⁹. Rodzi to wiele zagadnień z zakresu ochrony konkurencji i konsumentów.

⁸ Podzielić należy pogląd wypowiedziany przez prof. Jacka Hołówkę, że: „Nasze realne problemy to jak zorganizować nasze życie polityczne, żebyśmy byli jednocześnie sprawni ekonomicznie, przestrzegali praw człowieka i gwarantowali opiekę na tymi co sobie nie radzą.” [Przekrój, nr 14/3119, s. 15]. Dodatkowych argumentów dostarczają wyniki badań nad społeczną odpowiedzialnością biznesu w Polsce z których wynika, że nie wyrób oferowany przez firmy, ale „zatrudnienie” jest tym, co jest w warunkach wysokiego bezrobocia najbardziej cenione. Powraca nazwa „miejsce pracy” wypierająca na powrót „przedsiębiorstwo” czy „firmę” [Rok 2004, s. 78-79].

⁹ [...] stanowisko, jakie pragniemy [...] przedstawić polega na systemowym i relacyjnym traktowaniu istoty władztwa korporacyjnego [nazywanego często ‘nadzorem korporacyjnym’, przyp. W. G.] i etyki. Zamiast argumentować na rzecz nadrzędności którejś z grup interesariuszy pragniemy rozpatryć interesy jako moralne własności tych, których wiążą relacje organizacyjne. W tym sensie władztwo korporacyjne dotyczy sposobu, w jaki staramy się zarządzać współzależnościami, jakie nas wszystkich oplatają. Chociaż przypisujemy rolę władcze poszczególnym grupom, głównie zarządom wewnątrz i państwu oraz jurysdykcji na zewnątrz firm, to w praktyce na władztwo składa się nieskończona seria odpowiedzialności rozłożonych między różnych interesariuszy i prawdopodobnie przez nich spełnianych. Postępowanie dyrektorów, ministrów, prawników należy rozpatrywać w kontekście wyborów i działań pracowników, konsumentów, obywateli, akcjonariuszy. [...]

Oto na przykład, czy uczciwa konkurencja ma dotyczyć tylko partnerów biznesowych? Czy tylko rynku kapitałowego, czy wszystkich rynków, w tym rynku pracy? Co z rynkiem usług wzbudzającym ostatnio liczne emocje na skalę europejską? Czy pracownik powinien być traktowany podobnie jak partner biznesowy¹⁰? W szczególności jeśli jest samodzielnym podmiotem gospodarczym działającym w warunkach tzw. „samozatrudnienia”? Kim jest konsument? Partnerem czy konkurentem? W szczególności np., gdy jest to klient firmy ubezpieczeniowej, którym w równym stopniu może być indywidualny ubezpieczony, jak i dowolna inna firma¹¹?

Pytania te oraz wiele innych mają za wspólny mianownik takie kwestie jak:

- Kto jest autentycznym obywatelem Rzeczypospolitej Gospodarczej?
- Co należy zrobić, by przekształcić aktualną „szlachecką” Rzeczpospolitą Gospodarczą w obywatelską Rzeczpospolitą Gospodarczą?

W poszukiwaniu rozstrzygnięć tych kwestii istotną rolę, której znaczenia nie można przecenić, ma Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów. Krokiem we właściwym kierunku są działania podjęte przez Urząd związane ze wspieraniem budowy infrastruktury etycznej na drodze tzw. samoregulacji, czyli tworzenia przez stowarzyszenia branżowe i firmy kodeksów etycznych i kodeksów dobrej praktyki jako elementów programów etycznych. Skłaniają one do *odpowiedzialnego* uprawiania działalności gospodarczej, przez co rozumieć należy: *realizowanie celu firmy*, tj. powiększanie wartości firmy, dostarczanie produktów i świadczenie usług odpowiedniej jakości; *czynienie tego w długim horyzoncie czasowym*, czyli w warunkach harmonijnej trwałości, *co jest zapewniane przez należyte kształtowanie relacji z głównymi interesariuszami* (akcjonariusze, pracownicy, menedżerowie, klienci, konsumenci, dostawcy, społeczność lokalna, środowisko naturalne itd.), *w toku postępowania zgodnego z prawem i społecznie przyjętymi normami etycznymi* przez wszystkich interesariuszy [Gasparski 2004, s. 403]. Tak uprawia-

Z tej perspektywy problemy władztwa nie mogą być rozstrzygane w jednym miejscu, przez zarząd, ale jedynie przez zmianę postępowania całego łańcucha licznych powiązań wzajemnych relacji. W każdym węźle jest zarówno miejsce, jak i konieczność kierowania się etyką i na takie właśnie postępowanie. Same dobre intencje nie wystarczą [...]” [Collier & Roberts 2001, s. 70].

¹⁰ Freeman przywołuje tu imperatyw Kanta wskazując, że decyzje menedżerskie powinny być podejmowane ze względu na podmiotowość interesariuszy, tj. traktowanie ich jako celu, a nie tylko jako środka [Freeman 1995, s. 73]. Por. także [Galarowicz 2000].

¹¹ „W lipcu 2004 roku ponad połowa dorosłych Polaków sądziła, że firmy ubezpieczeniowe nie są uczciwe wobec swych klientów przy wypłacie odszkodowań. Jednocześnie 40% uważało, że i klienci nie są uczciwi przy zgłaszaniu roszczeń.” [Osiatyński 2004, s. 76].

na działalność gospodarcza będzie prawdziwie, a nie tylko werbalnie czy pozornie, działalnością społecznie odpowiedzialną¹². Jest to warunek *sine qua non*, na który zwrócił uwagę Jan Paweł II w swym wystąpieniu do zebranych w Rzymie w roku 1990 prezesów Europejskich Konfederacji Przemysłowych: „...żaden model postępu, który nie uwzględnia etycznych i moralnych wymiarów działalności gospodarczej, nie osiągnie sukcesu w sercach ludzi Europy.” [Jan Paweł II 1996, s. 137].

Bibliografia

- [1] Bocheński J. M. (1993); *Przyczynek do filozofii przedsiębiorstwa przemysłowego*, w: tegoż, *Logika i filozofia*, PWN, Warszawa, s. 162-186.
- [2] Boulding K. E. (1985); *Etyka i biznes*, w: J. Grosfeld, red., *Ponad ekonomią*, PIW, Warszawa, s. 59-69.
- [3] Carroll A. B., Bucholtz A. K. (2003); *Business & Society: Ethics and Stakeholder Management*, 5 wyd. Thomson-South-Western, Mason, Ohio.
- [4] Collier J. & Roberts J. (2001); *Introduction: An Ethics for Corporate Governance?*, *Business Ethics Quarterly*, Vol. 11:3
- [5] Drucker P. F. (1999); *Spółczeństwo pokapitalistyczne*, PWN, Warszawa.
- [6] Fleischer M. (2002); *Konstrukcja rzeczywistości*, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław.
- [7] Freeman R. E. & Phillips R. A. (1995); *Efficiency, Effectiveness, and Ethics: A Stakeholder View*, w: W. Gasparski & L. V. Ryan, C.S.V., red., *Human Action in Business: Praxiological and Ethical Dimensions*, Transaction (USA) – London (UK), s. 65-81.
- [8] Freeman R. E. (1984); *Strategic Management: A Stakeholder Approach*, Pitman, Boston.
- [9] Galarowicz J. (2000); *Człowiek jest osobą: Podstawy antropologii filozoficznej Karola Wojtyły*, Wydawnictwo ANTYK, Kęty.

¹² „Koncepcja społecznej odpowiedzialności biznesu wydaje się przekonywująca w jej części krytycznej, wskazującej, iż kapitał dostarczany przez akcjonariuszy firmy nie jest jedynym czynnikiem umożliwiającym jej funkcjonowanie i dlatego korzyści powinni odnosić wszyscy interesariusze. Zasadnicza trudność urzeczywistnienia postulatów tej koncepcji polega na tym, że o ile wkład i wynik finansowy mogą być stosunkowo łatwo określone i wyrażone liczbowo, o tyle ‘stawki’ społeczne i ekologiczne są trudne, jeśli w ogóle możliwe do zmierzenia i agregacji. W teorii ułatwia to pojawianie się mętnych, niespójnych i nieweryfikowalnych poglądów, zaś w praktyce retoryka CSR [Corporate Social Responsibility, przyp. W. G.] może stanowić zasłonę dymną, z którą firmom łatwo jest ukryć nieetyczne praktyki, czego najbardziej spektakularnym przykładem jest firma Neron.” [Lewicka-Strzałecka 2004, s. 740].

- [10] Gasparski W. (2004); *Wykłady z etyki biznesu: Nowa edycja*, Wydawnicwo Wyższej Szkoły Przedsiębiorczości i Zarządzania im. Leona Koźmińskiego, Warszawa.
- [11] Gasparski W. (2005); Elementy polskiego życia gospodarczego w świetle badań z zakresu etyki i społecznej odpowiedzialności biznesu, w: J. Sójka, red., *Etyka biznesu „po Enronie”*, Wydawnictwo Fundacji Humaniora, Poznań, s. 207-232.
- [12] Jan Paweł II (1996); European Business Leaders Should Employ the Spiritual and Cultural Resources of Europe for the Well-Being of All, w: W. Gasparski & L. V. Ryan, CSV, red., *Human Action in Business: Praxiological and Ethical Dimensions*, Transaction, (USA) – London (UK), s. 136-138].
- [13] Jan Paweł II (2005); *Pamięć i tożsamość*, Wydawnictwo Znak, Kraków.
- [14] Jasiński K. (2002); *Elita biznesu w Polsce: Drugie narodziny kapitalizmu*, Wydawnictwo IFiS PAN, Warszawa.
- [15] Kuniński M. (1992); „Friedrich A. von Hayek’s Theory of Spontaneous Order: Between “Verstehen” and “Invisible Hand Explanation””, w: J. L. Auspitz, W. W. Gasparski, M. K. Mlicki, K. Szaniawski, red., *Praxiologies and the Philosophy of Economics*, Transaction, New Brunswick (USA) – London (UK), s. 347-388.
- [16] Lewicka-Strzałecka, A. (2004); Kontrowersje wokół teorii i aplikacji społecznej odpowiedzialności biznesu, *Zagadnienia naukoznawstwa*, s. 729-742.
- [17] Midgley G. (2000); *Systemic Intervention: Philosophy, Methodology, and Practice*, Kluwer, New York.
- [18] Mises L. von (1995); Ludzkie działanie: Traktat o ekonomii (fragmenty), *Prakseologia*, n. 3-4, s. 128-129.
- [19] Osiatyński W. (2004); *Rzeczpospolita obywateli*, Wyd. Rosner i Wspólnicy, Warszawa.
- [20] Rok B. (2004); Biznes w społeczeństwie – oczekiwania i ich realizacja, w: L. Kolarska-Bobińska, red., *Świadomość ekonomiczna społeczeństwa i wizerunek biznesu*, Instytut Spraw Publicznych, Warszawa, s. 73-102.
- [21] Schlesinger P. F. i in. (1999); *Projektowanie organizacyjne*, z przedmową W. Gasparskiego PWN, Warszawa.
- [22] Znaniecki, F. (1988); *Wstęp do socjologii*, PWN, Warszawa.