

# Adam Zadroga

---

## Metody ujmowania etyki biznesu w Polsce

---

Annales. Etyka w życiu gospodarczym 12/1, 119-128

---

2009

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej [bazhum.muzhp.pl](http://bazhum.muzhp.pl), gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

Adam Zadroga

Katolicki Uniwersytet Lubelski Jana Pawła II

e-mail: adamzadroga@wp.pl

## Metody ujmowania etyki biznesu w Polsce

### 1. Uwagi wstępne

Od początku lat dziewięćdziesiątych ubiegłego wieku obserwuje się w Polsce spore zainteresowanie etyką biznesu. Wydaje się, iż dorobek polskich naukowców zajmujących się tą dyscypliną naukową jest już na tyle bogaty, a jednocześnie różnorodny, iż warto podjąć próbę jego usystematyzowania, zgłębiając i nazywając przy tym odpowiednio owe zasadnicze sposoby ujmowania etyki biznesu w Polsce. Niniejszy artykuł ma na celu jednak nie tylko prezentację tych podstawowych ujęć, ale także podejmuje próbę ich oceny.

Kluczowe dla odkrycia pewnych charakterystycznych nurtów rozwijania etyki biznesu w Polsce jest ustalenie tego, jakie są jej wiodące ujęcia formalne, tzn. w jaki sposób – w sensie metodologicznym – jest ona najczęściej uprawiana. Zasadniczo etykę dzieli się – ze względu na ogólność lub szczegółowość podejmowanych problemów moralnych oraz uzasadnień dla głoszonych dyrektyw, norm i zaleceń – na dwa wielkie działy: etykę ogólną i etykę szczegółową. W ramach tej drugiej wyróżnia się ponadto etykę indywidualną, która normuje życie pojedynczych osób i etykę społeczną odnoszącą się do społecznego wymiaru życia moralnego<sup>1</sup>. W celu wyznaczenia głównych sposobów ujmowania problematyki etyki biznesu warto jednak odwołać się raczej do istniejącego na gruncie filozofii moralności podziału na etykę teoretyczną (metaetykę), etykę normatywną i etykę opisową (etologię)<sup>2</sup>, gdyż takie rozróżnienie znajduje wyraźne odbicie w podejściu do uprawiania etyki biznesu w Polsce. W niniejszym przedłożeniu będzie więc chodziło o ukazanie sposobów ujmowania problematyki etyczno-gospodarczej w zależności od właśnie tak wyszczególnionych odmian etyki.

---

<sup>1</sup> Por. M. Sulek, J. Świniarski, *Etyka jako filozofia dobrego działania zawodowego. Podręcznik akademicki*, Dom Wydawniczy Bellona, Warszawa 2001, s. 35.

<sup>2</sup> Do takiego podziału etyki w literaturze przedmiotu odwołują się m. in.: B. Nogalski, J. Śniadecki, *Etyka zarządzania przedsiębiorstwem*, Oficyna Wydawnicza Ośrodka Postępu Organizacyjnego, Bydgoszcz 2001, s. 49–53; M. Sulek, J. Świniarski, *op.cit.*, s. 35; J. Tomczyk-Tolkacz, *Etyka biznesu. Wybrane problemy*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego, Wrocław 1997, s. 10–11; B. Klimczak, *Etyka gospodarcza*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego, Wrocław 2003, s. 37–38.

## 2. Metaetyka etyki biznesu

Dosyć często etyka biznesu w Polsce uprawiana jest na sposób metateoretyczny<sup>3</sup>. Najogólniej można powiedzieć, iż metaetyka etyki biznesu polega na badaniu samej etyki biznesu jako dyscypliny naukowej. Jej zadaniem jest poszukiwanie odpowiedzi na pytanie – czym jest etyka biznesu, wskazanie jej zasadniczych źródeł, określenie metody naukowej oraz ustalenie związków z innymi naukami. Tego rodzaju refleksja analizuje również w sposób filozoficzno-metodologiczny normy i oceny moralne właściwe działaniom gospodarczym oraz zajmuje się oceną przydatności różnych typów systemów etycznych do rozstrzygnięcia problemów moralnych w działalności gospodarczej.

Poza tym, na gruncie etyki biznesu uprawianej na sposób etyki teoretycznej ważnym przedmiotem są zagadnienia aksjologiczne dotyczące rodzajów czy dziedzin wartości powiązanych z działalnością gospodarczą. Stąd też, analizy wymagają tu przede wszystkim wartości ekonomiczne, utylitarne, prakseologiczne ze względu na ich stosunek do innych typów wartości, a szczególnie do wartości moralnych, gdyż często mogą ze sobą wchodzić w konflikty. Innym zagadnieniem, wymagającym rozważenia w tym dziale etyki jest pytanie o wartości (zwłaszcza etyczne), których urzeczywistnienie stanowi o cnotach (dzielności) ludzi biznesu. Namysłu wymagają wartości, które naznaczają niejako uprawianie biznesu jako dobre lub złe (w sensie moralnym). Chodzi o takie wartości, jak: uczciwość, sprawiedliwość, lojalność, wiarygodność itp.<sup>4</sup>.

Należy jednakże zastanowić się nad sensem rozważań metateoretycznych nad etyką biznesu. Dlaczego potrzebna jest tego rodzaju refleksja? Czy wiąże się ona z innymi typami poszukiwań w zakresie etycznych aspektów życia gospodarczego? Jakie jest ewentualnie znaczenie tych wzajemnych powiązań dla integralnego uprawiania etyki biznesu? Warto też podjąć zarzut stawiany ujęciom metateoretycznym etyki biznesu przez jednego z polskich autorów, jako tracącym charakter nauki praktycznej na rzecz wymiaru teoretycznego. Arkadiusz Jabłoński pisze bowiem, że taka *etyka biznesu musi poradzić sobie [...] z dwoma problemami: 1. Jak na poziomie rozważań metaetycznych sformułować zasadę warunkującą działalność moralną w biznesie, zawierającą w sobie motyw osobistego interesu. 2. Jak z poziomu ogólnych i bezosobowych twierdzeń etycznych wpływać na osobiste motywacje poszczególnych uczestników działalności gospodarczej*<sup>5</sup>.

Z kolei inny autor – Ryszard Wiśniewski – w artykule *Trzy typy teorii etycznych a etyka biznesu* zauważa, że: *uprawianie etyki biznesu rodzi mnóstwo wstępnych pytań dotyczących sensu, możliwości i zakresu przenoszenia całej struktury teoretyczno-metodologicznej etyki, wraz z narosłymi w niej podziałami i wątpliwościami, na teren wyspecyfikowanego*

---

<sup>3</sup> Spośród publikacji, znajdujących się na polskim rynku wydawniczym i mających charakter metarefleksji nad samą etyką biznesu jako dyscypliną naukową warto wymienić tu m.in.: Cz. Porębski, *Czy etyka się opłaca? Zagadnienia etyki biznesu*, Wydawnictwo Znak, Kraków 1997; J. Filek, *Wprowadzenie do etyki biznesu*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej, Kraków 2004; B. Klimczak, *Etyka gospodarcza*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego, Wrocław 2003; K. Sosenko, *Ekonomia w perspektywie aksjologicznej*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej, Kraków 1998.

<sup>4</sup> Por. J. Maciuszek, *Zarys problematyki etyki biznesu*, [w:] J. Dietl, W. Gasparski (red.), *Etyka biznesu*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2002, s. 75; J. Daszkiewicz, A. Gierasimczuk, *Etyka i etykieta biznesu*, Poligrafia Wyższego Seminarium Duchownego, Rzeszów 2003, s. 39–40.

<sup>5</sup> A. Jabłoński, *Etyka biznesu a mądrość, bogobojność i autorytet*, „Annales. Etyka w życiu gospodarczym” 1999, t. 1, s. 88.

rodzaju działalności życiowej, podlegającego przecież prawidłowościom innym niż etyczne. Rodzi to potrzebę już nie tylko etyki biznesu, ale i swoistej „metaetyki biznesu”. To co dzieje się w etyce od wieków, odtwarza się niekiedy ze szczególną dramaturgią na terenie jej aplikacji w stosunkach gospodarczych, zarządzaniu, handlu. Za poważnymi dramatai moralnymi stoją poważne kwestie metaetyczne. Jednocześnie zrozumienie moralności dokonuje się często dopiero w zetknięciu z problemami zawodowymi, w środowisku pracy. Etyka biznesu może się więc okazać nie tylko przełożeniem ogólnej etyki, ale szansą pobudzenia moralności i świadomości etycznej<sup>6</sup>.

O problemie wzajemnych relacji teorii i praktyki, pisał Karol Wojtyła w *Elementarzu etycznym* w następujący sposób: *etyka jest nauką, jest zbiorem twierdzeń, sądów, które jakkolwiek niewątpliwie są nastawione na to, aby kierować czynami, niemniej znajdują się do tych czynów w takim stosunku jak swoista teoria do samej praktyki. Przede wszystkim bowiem poszczególne czyny ludzkie mają zawsze charakter konkretny, ściśle indywidualny, a zasady formułowane i uzasadnione w etyce mają charakter ogólny i abstrakcyjny. Powstaje problem powiązania tych ogólnych zasad z konkretnymi czynami, jeżeli zasady mają je kształtować, albo też jeśli ze stanowiska tych ogólnych zasad mamy o poszczególnych czynach ludzkich wydawać osąd. Owym doprowadzeniem ogólnych zasad do konkretnych czynów zajmuje się po części tzw. kazuistyka (nazwa pochodzi od casus = wypadek, wiedza ta bowiem ma za przedmiot poszczególne fakty, czyli „wypadki” moralne)<sup>7</sup>.*

Wydawać by się mogło, iż powyższe stwierdzenia wiele wyjaśniają w kwestii metod ujmowania etyki biznesu i ich wzajemnych powiązań. Jednak okazuje się, iż w zakresie etyki biznesu brakuje pogłębionej analizy metodologicznej dla podejścia kazuistycznego i funkcjonuje ono niejako w oderwaniu od szeregu rozważań metaetycznych<sup>8</sup>. Ów brak uzasadnień teoretycznych – jak zauważa Aniela Dylus – może stanowić o jej słabości i doprowadzić do kryzysu, jak to miało miejsce w XVII-wiecznej kazuistycznej teologii moralnej<sup>9</sup>. Poza tym, wydaje się, że na gruncie etyki biznesu *roztrząsanie poszczególnych przykładów, wychodzi z założenia, „że na co dzień [...] potoczna wiedza i potoczna mądrość pozwalają rozstrzygać dylematy moralne”*<sup>10</sup>. Jest to przejaw sytuacji kulturowej określonej przez brak absolutnych norm moralnych.

W kontekście rodzących się wątpliwości wobec udziału pierwiastka teoretycznego w poszukiwaniu na wskroś praktycznych rozwiązań moralnych dylematów życia gospodarczego należy podkreślić (za Karolem Wojtyłą), że *punktem wyjścia moralnie dobrego działania musi być teoretycznie prawdziwy pogląd na rzeczywistość, który umożliwi określenie samych celów działania. Praktyka bez założenia takich celów, które są prawdziwymi dobrami odpowiednio uhierarchizowanymi, byłaby praktyką ślepą. Groziłoby wówczas człowiekowi angażowanie się ze swą aktywnością byle gdzie. Praktyka bowiem, która związana jest z filozofią dążenia, filozofią działania, wytwarzania, realizacji, sama z siebie nie jest jeszcze refleksją nad dobrem, które stanowi cel tegoż działania*<sup>11</sup>.

K. Wojtyła pisze dalej, że *mając to wszystko na uwadze można wysnuć następujące wnioski: a. teoria nie zastąpi praktyki, b. praktyka oderwana od teorii może się stać ponie-*

<sup>6</sup> R. Wiśniewski, *Trzy typy teorii etycznych*, [w:] J. Dietl, W. Gasparski (red.), *op.cit.*, s. 38.

<sup>7</sup> K. Wojtyła, *Elementarz etyczny*, Towarzystwo Naukowe KUL, Lublin 1999, s. 16–17.

<sup>8</sup> Por. A. Jabłoński, *op.cit.*, s. 88.

<sup>9</sup> Por. A. Dylus, *Możliwości i granice kazuistycznej etyki biznesu*, [w:] J. Dietl, W. Gasparski, *op.cit.*, s. 362–380.

<sup>10</sup> J. Sójka, *O nauczaniu etyki biznesu*, „Prakseologia” 1995, nr 1–2 (126–127), s. 108.

<sup>11</sup> K. Wojtyła, *op.cit.*, s. 31.

*...kąd mechanicznym aktywizmem, a niejednokrotnie będzie marnowaniem wysiłków, c. praktyka poniekąd potwierdza teorię, a do pewnego stopnia pozwala [...] też ją udoskonalić. Wszystkie te wnioski mają większe znaczenie dla techniki działania, ale do etyki odnoszą się również. Szczególne znaczenie dla etyki ma gruntowane przemyślenie celów działania. Potrzeba takiego przemyślenia rodzi się z potrzeby moralności jako praktyki, realizuje się jednak na podstawie poglądu na świat, a co za tym idzie – rzetelnej filozofii bytu<sup>12</sup>.*

W podobnym duchu na temat potrzeby powiązania etyki teoretycznej i etyki stosowanej wypowiada się R. Wiśniewski, który stwierdza: *Nie wyobrażam sobie efektywnego, twórczego podejścia etyki do moralnych problemów biznesu i wszelkiej praktyki gospodarczej bez założenia, iż istnieje związek między etyką zasad i etyką empiryczną, między etyką we właściwym tego słowa znaczeniu a etosem biznesu. Pula do rozegrania rozpościera się właśnie w polu, które może stać się dla obu perspektyw wspólne. Rozminięcie się tych perspektyw prowadzi do rozkwitu jałowej moralistyki – z jednej strony, a prostego utylitaryzmu – z drugiej<sup>13</sup>.*

### 3. Normatywna etyka biznesu

Etyka normatywna – ogólnie rzecz biorąc – zajmuje się konstruowaniem i uzasadnianiem systemów moralnych, które ich twórcy uważają za wartościowe lub słuszne. Jest to więc refleksja nad wartościami, normami i wzorcami, z których buduje się zgodny wewnętrzny system etyczny. Poza tym, etyka normatywna poszukuje podstawowych zasad, z których można wyprowadzić sposoby oceny oraz normy szczegółowe; zajmuje się także ich uzasadnieniem<sup>14</sup>.

Danuta Miller w artykule *Metodologiczne spojrzenie na zagadnienia etyki w gospodarce* podaje, że w *etyce normatywnej biznesu formułuje się zasady, wytyczne, przepisy postrzegając biznes z perspektywy idealistycznej. Sięga się do wybranych dziedzin wiedzy uznawanych jako ważne, poprawne, ugruntowane poznawczo. Uwzględnia się także podstawowe normy etyczne ogólnie przyjęte w społeczeństwie, uznawane powszechnie jako normy nadrzędne. Z takiej perspektywy formułowane są normy postępowania w biznesie. O normach tych można powiedzieć, że w dużym zakresie są tworzone poza obszarem biznesu. Warto zadawać pytanie kto jest twórcą zasad i wytycznych w obszarze etyki normatywnej biznesu i kto przyznaje tym osobom odpowiednio wysoki stopień autorytetu, wystarczający do tworzenia norm etycznych w biznesie<sup>15</sup>.*

W obszarze polskiej etyki biznesu można wyróżnić kilka dominujących doktryn etycznych<sup>16</sup> określających kierunki normatywnej etyki biznesu. Szczególnie wyraźnie uwi-

---

<sup>12</sup> Tamże, s. 31–32.

<sup>13</sup> R. Wiśniewski, *op.cit.*, s. 54.

<sup>14</sup> Por. B. Klimczak, *Etyka gospodarcza*, s. 37–38.

<sup>15</sup> D. Miller, *Metodologiczne spojrzenie na zagadnienia etyki w gospodarce*, „Annales. Etyka w życiu gospodarczym” 2005, t. 8, nr 1, s. 50.

<sup>16</sup> Wyróżnia się co najmniej dwanaście głównych doktryn etycznych, ze względu na kryterium dobra najwyższego (łac. *summum bonum*): intelektualizm etyczny, eudajmonizm, hedonizm, epikureizm, stoicyzm, teocentryzm, personalizm, perfekcjonizm, rygoryzm (zwany też deontologizmem), utylitaryzm, ewolucjonizm, rewerentyzm (por. M. Sułek, J. Świniarski, *op.cit.*, s. 38–39; B. Nogalski, J. Śniadecki, *op.cit.*, s. 55–57). Dobro najwyższe stanowi *suma wszelkich dóbr i ich uogólnienie w jakiejś wartości, z której daje się jednocześnie implikować po-*

daczniają się one w kontekście nauczania etyki biznesu. Wówczas bowiem wykładający staje przed koniecznością wyboru odpowiedniego systemu etycznego, który – jego zdaniem – jest najbardziej adekwatny do rozwiązywania problemów życia gospodarczego. Analizując książkę *Etyka biznesu jako przedmiot nauczania*<sup>17</sup>, stanowiącą zbiór artykułów napisanych przez polskich wykładowców etyki biznesu o ich doświadczeniach i metodzie prowadzenia tego rodzaju zajęć, można zauważyć, iż najczęściej odwołują się oni do etyki obowiązku (deontologizm)<sup>18</sup> i etyki użyteczności (utyliitaryzm, pragmatyzm, konsekwencjalizm)<sup>19</sup>. Dość często w swoich programach nauczania uwzględniają także etykę odpowiedzialności<sup>20</sup> i etykę cnót<sup>21</sup>. Bardzo rzadko natomiast – co jest zastanawiające – podstawową koncepcją zajęć jest personalizm chrześcijański<sup>22</sup>. Podobne rozłożenie akcentów w kwestii preferowanych doktryn etycznych obserwuje się w przeważającej większości polskojęzycznych publikacjach, gdzie dominuje przede wszystkim deontologizm<sup>23</sup>, utyliitaryzm<sup>24</sup>, etyka odpowiedzialności<sup>25</sup> i etyka cnót<sup>26</sup>. Wskazuje się także na konkretnych myślicieli

---

*szczególne dobra indywidualne. Temu dobru podporządkowane są wszelkie inne dobra. Ono stanowi wierzchołek normatywny systemów etycznych. Jest jednocześnie dobrem autotelicznym, tzn. takim, którego nie należy poświęcać na rzecz dóbr instrumentalnych. Wszystkie zaś inne dobra podporządkowane dobru najwyższemu są sytuowane jako dobra i cnoty instrumentalne, które można poświęcać i zbywać, szczególnie na rzecz summum bonum. Stąd też dobro najwyższe jest kryterium tworzenia i określania głównych kierunków etycznych* (M. Sulek, J. Świniarski, *op.cit.*, s. 38).

<sup>17</sup> W. Gasparski, A. Lewicka-Strzałecka (red.), Wydawnictwo Wyższej Szkoły Przedsiębiorczości i Zarządzania im. Leona Koźmińskiego, Warszawa 2001.

<sup>18</sup> Por. I. Bittner, *Przyczynek do dyskusji na temat pojmowania etyki biznesu i związanych z nią obszarów problemowych*, [w:] W. Gasparski, A. Lewicka-Strzałecka (red.), *Etyka biznesu jako przedmiot nauczania*, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Przedsiębiorczości i Zarządzania im. Leona Koźmińskiego, Warszawa 2001 s. 17; W. Gasparski, *Z doświadczeń wykładowcy etyki biznesu*, [w:] Tamże, s. 54; D. Kopycińska, *Etyka biznesu – sukces czy wielka niewiadoma?*, [w:] tamże, s. 102; A. Lewicka-Strzałecka, *Poznawczy model kształcenia etycznego: studium przypadku*, [w:] tamże, s. 135.

<sup>19</sup> Por. I. Bittner, *op.cit.*, s. 17; W. Gasparski, *Z doświadczeń wykładowcy*, s. 54; D. Kopycińska, *op.cit.*, s. 102; A. Lewicka-Strzałecka, *Poznawczy model kształcenia etycznego*, s. 135; J. Sójka, *Edukacyjna użyteczność pragmatyzmu*, [w:] W. Gasparski, A. Lewicka-Strzałecka (red.), *op.cit.*, s. 205–214.

<sup>20</sup> Por. J. Filek, *Z doświadczeń nauczającego etykę biznesu*, [w:] tamże, s. 24; B. Rok, *Audyt etyczny według regul AA1000 jako narzędzie edukacji menedżerskiej*, [w:] tamże, s. 174.

<sup>21</sup> Por. I. Bittner, *op.cit.*, s. 17; W. Gasparski, *Z doświadczeń wykładowcy*, s. 54.

<sup>22</sup> Por. A. Polańska, *Moje doświadczenia w nauczaniu etyki pracy i biznesu na Wydziale Zarządzania Uniwersytetu Gdańskiego*, [w:] W. Gasparski, A. Lewicka-Strzałecka (red.), *op.cit.*, s. 165.

<sup>23</sup> Por. B. Klimczak, *Moralna odpowiedzialność przedsiębiorcy*, „Annales. Etyka w życiu gospodarczym” 1999, t. 2, s. 117–119; N. Vasiljevieni, J. Kubka, *Kantowska metafizyka moralności a współczesna etyka zawodowa*, „Annales. Etyka w życiu gospodarczym” 2006, t. 9, nr 1, s. 105–113; S. Kwiatkowski, *Wybitni filozofowie a rozsądna etyka w biznesie*, „Annales. Etyka w życiu gospodarczym” 2000, t. 3, s. 283–284.

<sup>24</sup> Por. E. Sternberg, *Czysty biznes. Etyka biznesu w działaniu*, tłum. P. Łuków, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1998; W. Sztombka, *Etyka gospodarcza wobec dylematów sprawiedliwości i solidarności*, „Annales. Etyka w życiu gospodarczym”, 1998, t. 1, s. 36–39; B. Klimczak, *Moralna odpowiedzialność przedsiębiorcy*, s. 115–116; J. Turek, *Normy etyczne – niedoceniony kapitał w gospodarce wolnorynkowej*, [w:] „Annales. Etyka w życiu gospodarczym”, 1999, t. 2, s. 220; A. Ondrejškova, *Etyka współdziałania a reforma ochrony społecznej*, „Annales. Etyka w życiu gospodarczym”, 1999, t. 2, s. 232; J. Sójka, *Znaczenie pragmatyzmu dla etyki gospodarczej*, „Annales. Etyka w życiu gospodarczym” 2002, t. 5, s. 21–26.

<sup>25</sup> Por. J. Filek, *O wolność i odpowiedzialność podmiotu gospodarującego*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej, Kraków 2002; B. Klimczak, *Etyka gospodarcza*, s. 58–79.

<sup>26</sup> Por. J. Jackson, *Biznes i moralność*, tłum. R. Pucek, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1999; B. Klimczak, *Moralna odpowiedzialność przedsiębiorcy*, s. 119–121; J. Tomczyk-Tolkacz, *Człowiek w biznesie – między pragnieniem pieniądza a cnotą*, „Annales. Etyka w życiu gospodarczym” 2000, t. 3, s. 183–185.

i ich normatywne koncepcje etyczne jako cenne dla rozstrzygania zagadnień etyki biznesu. Chodzi tu m. in. o myśl etyczną Tadeusza Kotarbińskiego<sup>27</sup> i Marii Ossowskiej<sup>28</sup>.

Wiodące systemy etyczne, do których odwołują się polscy etycy biznesu, a więc deontologizm<sup>29</sup>, utylitaryzm<sup>30</sup>, etyka odpowiedzialności<sup>31</sup> i etyka cnót<sup>32</sup> prezentują odmienną

---

<sup>27</sup> Por. G. Szulczewski, *Etyka biznesu – problem nauczania*, [w:] W. Gasparski, A. Lewicka-Strzałecka (red.), *op.cit.*, s. 231–234; D. Miller, *Opiekun społeczeństwa w koncepcji Tadeusza Kotarbińskiego*. „Annales. Etyka w życiu gospodarczym” 2004, t. 7, nr 2, s. 123–129; B. Nogalski, J. Śniadecki, *op.cit.*, s. 68; W. Gasparski, *Wykłady z etyki biznesu*, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Przedsiębiorczości i Zarządzania im. Leona Koźmińskiego, Warszawa 2000, s. 217–223.

<sup>28</sup> Por. J. Dudek, *Edukacja etyczna poprzez analizę idei sumienia, odpowiedzialności i godności*, „Annales. Etyka w życiu gospodarczym” 2001, t. 4, s. 303–310.

<sup>29</sup> **Deontologie biznesu** przejawiające się w postaci kodeksów są dobrą formą regulacji etycznych dla środowisk skłonnych do postępowania legalnego, respektującego tylko sformalizowane reguły. Ponadto, kodeksy zawodowe (branżowe) stanowią formalną podstawę do egzekwowania zachowań naruszających dobre imię wiodu czy danej firmy. Należy jednak pamiętać, że reprezentują one minima moralności zawodowej, wyrażając fundamentalne potrzeby i moralne doświadczenie funkcjonowania w zawodzie (por. R. Wiśniewski, *op.cit.*, s. 47).

<sup>30</sup> **Utylitaryzm** jest koncepcją kontrowersyjną. Z jednej strony warto zauważyć, iż ma on charakter uniwersalistyczny, ponieważ zakłada, że wszyscy ludzie są równi i jednakowo ważni. Z drugiej jednak strony budzi szereg wątpliwości. Podstawowy zarzut wobec utylitaryzmu wynika z tego, że zasada użyteczności jest praktycznie bezwartościowa. Poza tym bardzo problematycznym i chyba najbardziej krytykowanym elementem utylitaryzmu jest utożsamienie przyjemności z dobrem. Zarzuca się tej koncepcji również to, że w ocenie moralnej bierze pod uwagę jedynie skutki, nie ocenia zaś człowieka i jego motywów (por. B. Klimczak, *Etyka gospodarcza*, s. 46).

<sup>31</sup> Na gruncie etyki biznesu perspektywę **etyki odpowiedzialności** propaguje i rozwijają przede wszystkim Janina Filek. Jej główny dorobek w tym względzie to książka pt. *O wolność i odpowiedzialność podmiotu gospodarującego*, ale także publikacje na temat społecznej odpowiedzialności biznesu tj.: J. Filek, *Społeczna odpowiedzialność biznesu. Tylko moda czy nowy model prowadzenia działalności gospodarczej?*, Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów, Kraków 2006; J. Filek, *Firma jako podmiot odpowiedzialności społeczno-moralnej (zarys problemu)*, „Annales. Etyka w życiu gospodarczym” 2004, t. 7, nr 1, s. 51–59. Są jednak także inni autorzy, którzy zajmują się tą kwestią, zwłaszcza w kontekście społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw. Por. A. Lewicka-Strzałecka, *Etyczne standardy firm i pracowników*, Wydawnictwo IFiS PAN, Warszawa 1999; D. Kopycińska, *Koncepcja społecznej odpowiedzialności firmy – poezja teorii i proza życia*, [w:] W. Gasparski, J. Dietl (red.), *Etyka biznesu w działaniu. Doświadczenia i perspektywy*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2001 s. 186–198; M. Rybak, *Etyka menedżera: społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2004; E. Grzegorzewska-Ramocka, *Koncepcja społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa w marketingu strategicznym*, Wydawnictwo Politechniki Świętokrzyskiej, Kielce 2005; A. Lewicka-Strzałecka, *Społeczna odpowiedzialność biznesu w Polsce: ograniczenia i perspektywy*, „Annales. Etyka w życiu gospodarczym” 2006, t. 9, nr 1, s. 285–294; A. Brzozowski, A. Wróblewska, *Odpowiedzialność moralna w działalności gospodarczej na przykładzie ABB w Polsce*, „Annales. Etyka w życiu gospodarczym” 2006, t. 9, nr 2, s. 105–112.

Wydaje się, że etyka odpowiedzialności posiada wielki walor w postaci zdolności adaptacji rozmaitych typów etyk. Jak podkreśla Wiśniewski, w przypadku etyki odpowiedzialności „to nie jest zwykłe zastąpienie etyki regulatywnej czy systemów wartości przez autonomiczną etykę sumienia poczuwającego się do reprezentowania nieobecnych, to nowy wymiar i nowe wyzwanie, żądanie wyobraźni i wrażliwości moralnej. Na tej podstawie możliwy jest dopiero wzór osobowy przedsiębiorcy, który obok walorów kompetencji zawodowej posiada kompetencję moralną – odpowiedzialność” (R. Wiśniewski, *op.cit.*, s. 51).

<sup>32</sup> Choć dzisiaj pojęcie „cnota” uważane jest za staroświeckie i nie przystające do obecnych czasów, można spotkać w polskiej etyce biznesu **odwołania do etyki cnót**. Należy zauważyć odwołania do koncepcji Arystotelesa, który rozumiał cnotę jako zaletę moralną (w węższym sensie), ale także (w szerszym sensie) jako trwałą dyspozycję do właściwego, zgodnego z rozumem działania (por. J. Tomczyk-Tolkacz, *Człowiek w biznesie – między pragnieniem pieniądza a cnotą*, s. 184; B. Klimczak, *Moralna odpowiedzialność przedsiębiorcy*, s. 119–121), a także do współczesnych poszukiwań w tym zakresie, tj. praca Alisdaira MacIntyre’a pt. *After Virtue: a Study in Moral Theory* (Gerald Duckworth & Co. Ltd, London 1981), opracowanie teorii cnót przez Marię Ossowską (por. M. Ossowska, *Normy moralne. Próba systematyzacji*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa 1970), czy też przetłumaczona na język polski książka Jennifer Jackson *Biznes i moralność* (tłum. R. Pucek, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1999).

perspektywę budowania, uzasadniania, nauczania i praktykowania etyki. Na ich podstawie możliwe są odrębne sposoby uprawiania etyki biznesu, wynikające ze zróżnicowanej rangi moralno-aksjologicznej.

Trzeba tu jednak wskazać na konieczność powiązania różnych odmian etyki. Jak bowiem pisze Bożena Klimczak (opierając się m. in. na poglądach L. S. Paine'a<sup>33</sup>) *poprawna analiza etyczna nie pociąga za sobą w sposób konieczny postępowania etycznego. Znajomość systemów etycznych i umiejętności ich stosowania do rozmaitych sytuacji nie zastąpi tzw. charakteru, na który składają się cnoty, gwarantujące integralność moralną przedsiębiorcy. [...] Etyka cnót nie może się [jednak z drugiej strony – A.Z.] obyć bez deontologicznego uzasadnienia wyboru moralnego przez wolną osobę. Przedsiębiorca musi przefiltrować swoje podstawowe decyzje, korzystając z analiz proponowanych przez formalne systemy etyczne, jednak charakter może być bardzo pomocny zarówno przy wyborach o mniejszym wymiarze, jak i sytuacjach, wymagających szybkiego reagowania. Etyka cnót dostarcza wiedzy o treści cnót oraz zestawia je w systemy, które służą do osiągnięcia preferowanych celów*<sup>34</sup>.

Trzeba jeszcze w tym kontekście zwrócić uwagę na fakt, iż dla etyki normatywnej kluczowe znaczenie ma pojęcie powinności (normy) moralnej, która polega na wskazaniu tego, co powinno lub nie powinno się robić ze względu na przyjęte kryteria etyczne. Należy jednak przy tym zauważyć, iż istnieje pewnego rodzaju „niesamodzielnosc” norm. Chodzi bowiem o to, że owe normy domagają się uzasadnienia<sup>35</sup>. R. Ingarden w książce *Wykłady z etyki* podkreśla w związku z tym, że *kto buduje, czy chce budować etykę normatywną, mającą za zadanie ustalenie pewnego układu zdań normatywnych, ten może to czynić pod warunkiem, iż jednocześnie dostarczy pewnego rodzaju systemu teoretycznego, w którym znajdzie się uzasadnienie podanych norm*<sup>36</sup>. Tak więc po raz kolejny ujawnia się tu konieczność powiązania różnych odmian refleksji etycznej (w tym przypadku etyki teoretycznej i etyki normatywnej).

Poszczególne normy znajdują swoje uzasadnienie w wartościach, do których się odnoszą. W związku z powyższym, m. in. przy konstruowaniu kodeksów etycznych mających regulować jakiś obszar działalności gospodarczej (co jest jednym z zasadniczych celów normatywnej etyki biznesu<sup>37</sup>), konieczne jest odwoływanie się do wyników analiz (szczególnie aksjologicznych) przeprowadzanych na gruncie etyki teoretycznej<sup>38</sup>. R. Ingarden pisze o tym w ten sposób: *Etyka, która dąży do ustalenia pewnych norm moralnych, musi mieć za swoją podstawę etykę teoretyczną jako uzasadnienie właśnie takich, a nie innych*

---

Oceniając metodę uprawiania etyki biznesu na sposób etyki cnót, warto przywołać tu opinię Jadwigi Tomczyk-Tołkacz, która dostrzegając możliwość zbudowania etyki zawodowej na gruncie cnót, stwierdza, że *do uporządkowania i udoskonalenia praktyki zawodowej ludzi, również w biznesie, nie wystarczą tylko reguły poprawności czy skuteczności – niezbędne są także, a może przede wszystkim, szczególne dyspozycje człowieka. Te dyspozycje to właśnie nic innego, jak cnoty* (J. Tomczyk-Tołkacz, *Człowiek w biznesie – między pragnieniem pieniądza a cnotą*, s. 184). Autorka wskazuje przede wszystkim na mądrość i sprawiedliwość, a za cnotę cnót w biznesie uważa uczciwość w sferze intencji, deklaracji, działań (w tym konkurencji), rozliczeń i negocjacji (por. tamże, s. 185).

<sup>33</sup> Por. L. S. Paine, *Ethics as Character Development: Reflections on the Objective of Ethics Education*, [w:] R.E. Freeman (ed.), *Business Ethics: The State of the Art*, Oxford University Press 1991, s. 67–86.

<sup>34</sup> B. Klimczak, *Moralna odpowiedzialność przedsiębiorcy*, s. 119.

<sup>35</sup> Por. J. Maciaszek, *op.cit.*, s. 75.

<sup>36</sup> R. Ingarden, *Wykłady z etyki*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1989, s. 167.

<sup>37</sup> Por. A. Lewicka-Strzałecka, *Etyka biznesu jako dyscyplina naukowa*, s. 61.

<sup>38</sup> Por. J. Maciaszek, *op.cit.*, s. 76.



norm, musi mieć teorię wartości moralnych, ale musi znać kategorie poszczególnych wartości moralnych i rozmaitych relacji pomiędzy nimi (zależnościowych, wyższości, niższości itd.), musi też dysponować dalszym elementem teoretycznym, tj. kryteriami oceny. I dopiero na tej podstawie można konstruować pewien system norm jako etykę normatywną<sup>39</sup>.

#### 4. Etyka biznesu jako etologia

Gdy do etyki biznesu przyjmiemy metody etyki opisowej, wówczas jej przedmiot stanowią przekonania moralne oraz rzeczywiste postępowanie ludzi biznesu<sup>40</sup>. D. Miller pisze, iż *deskryptywna etyka biznesu postrzega stan istniejący w rzeczywistości, bada, analizuje stosunki społeczne, postawy, motywy działania, determinanty kulturowe i na podstawie takiej wiedzy opisuje zachowania w biznesie. [...] Na podstawie analizy wiedzy o tym „jak jest” formułuje się wytyczne, przepisy, dyrektywy postępowania uznawanego jako poprawne, słuszne, skuteczne w biznesie*<sup>41</sup>. Taki sposób uprawiania etyki biznesu wymaga zastosowania badań empirycznych i podejścia interdyscyplinarnego, w którym znajdują zastosowanie metody badawcze właściwe m. in. dla socjologii czy psychologii<sup>42</sup>.

Wyróżnia się dwa podstawowe modele analizy, które są właściwe etyce opisowej. W modelu pierwszym, głównymi kategoriami są koszty i korzyści, zaś kryterium etyczności działań jest przynoszenie największej korzyści największej liczbie ludzi. Natomiast w drugim modelu, etyczność działań rozpatruje się poprzez prawa i obowiązki, kładąc nacisk na konflikt praw i obowiązek decydentów uwzględniania owych praw. Można więc stwierdzić, iż w pierwszym modelu największą wagę przypisuje się ostatecznemu rezultatowi, zaś w drugim największy nacisk kładzie się na sposób dochodzenia do końcowego wyniku<sup>43</sup>.

Na płaszczyźnie opisowej etyki biznesu jednym z ważniejszych zagadnień wymagającym zbadania i opisania jest pytanie o to, jakie czynniki decydują o zachowaniu ludzi zaangażowanych w działalność gospodarczą, w szczególności w sytuacji wyboru między działaniem etycznym i opłacalnym. W zależności od przyjętych założeń, dotyczących natury człowieka, można mówić przynajmniej od dwóch różnych stanowiskach w tej kwestii<sup>44</sup>.

Zwolennicy założenia, że człowiek jest w swoich wyborach autonomiczny i odpowiedzialny, będą uważać, że nie jest możliwe ani przewidywanie, ani tym bardziej determinowanie takich wyborów jedynie na podstawie czynników sytuacyjnych (środowiskowych). Człowiek może dokonywać tych wyborów w wolny sposób, zgodnie z przyjętą hierarchią wartości. Niektórzy podkreślają, że tak naprawdę dopiero takie sytuacje, w których postępowanie moralnie dobre z punktu widzenia ekonomicznego nie opłaca się działającemu, jest momentem właściwej próby moralnej<sup>45</sup>.

---

<sup>39</sup> R. Ingarden, *op.cit.*, s. 166–167.

<sup>40</sup> Por. J. Daszkiewicz, A. Gierasimczuk, *op.cit.*, s. 40.

<sup>41</sup> D. Miller, *Metodologiczne spojrzenie*, s. 50.

<sup>42</sup> Por. J. Maciaszek, *op.cit.*, s. 76–77.

<sup>43</sup> Por. A. Lewicka-Strzałecka, *Etyka biznesu jako dyscyplina naukowa*, s. 61–62; W. D. Hall, *Making the Right Decisions: Ethics for Managers*, John Wiley & Sons Inc, New York 1993.

<sup>44</sup> A. Lewicka-Strzałecka, *Etyka biznesu jako dyscyplina naukowa*, s. 62.

<sup>45</sup> W tym miejscu przy okazji wypływa ważna rola normatywnej etyki biznesu, aby poprzez kodeksy etyki zawodowej kształtować odpowiednią hierarchię wartości i wskazywać na takie wartości, jak chociażby: uczci-

Inaczej na pytanie o możliwość przewidywania i oddziaływania na zachowanie ludzi w sytuacjach wyboru między działaniem etycznym a opłacalnym odpowiadają przedstawiciele sytuacjonizmu. Ich zdaniem, ludzkie decyzje są ściśle określone przez zewnętrzne warunki. Zakładają wręcz polideterminizm tych decyzji, tzn. twierdzą, że są one uwarunkowane zarówno podmiotowo, jak i sytuacyjnie. W przypadku przyjęcia założenia o zależności między czynnikami środowiskowymi i wyborami etycznymi, można przejść do badania tych zależności. Dla przykładu można tu podać, iż z punktu widzenia tak uprawianej etyki biznesu, najważniejszymi czynnikami wpływającymi na nieetyczne zachowania ludzi biznesu są m. in.: brak konkurencji, asymetria informacji czy incydentalność transakcji<sup>46</sup>.

Trzeba zauważyć, iż etyka opisowa (m. in. w jej zastosowaniu do etyki biznesu) przynosi w dziedzinie moralnej jedną zasadniczą korzyść. Chodzi o to, że dostarcza ona przede wszystkim  *pogłębionej wiedzy o człowieku, nie mieszczącej się ani w ramach psychologii, ani socjologii. Przyczynia się dzięki temu do lepszego zrozumienia skomplikowanej sytuacji moralnej człowieka, jego uwarunkowań historycznych, kulturowych, środowiskowych i psychologicznych. [...] Pozwala ona rozwarstwić te wątki, które pozornie tylko dają jednolity obraz moralności danego środowiska, inspiruje dalsze badania etyczne, inicjowane w ścisłym związku z konkretną rzeczywistością, a tym samym warunkuje potrzebę rewizji przestarzałych systemów myślowych i właściwy rozwój dziedziny moralności*<sup>47</sup>. Z drugiej strony, należy podkreślić, iż rola etyki opisowej w życiu moralnym jest tylko pomocnicza. Nie może ona zastąpić normatywnego systemu etycznego, który w przeciwieństwie do niej, zaspokaja potrzebę definitywnej wiedzy, jak należy postąpić w określonej sytuacji, dostarczając odpowiednie informacje o strukturze i funkcji powinności moralnej<sup>48</sup>.

## 5. Podsumowanie i końcowe wnioski

Przeprowadzona analiza wybranej literatury etycznobiznesowej pozwala zauważyć, iż w Polsce dominuje normatywny styl uprawiania etyki biznesu. Sporo jest również publikacji o charakterze metaetycznym, najmniej zaś jest prac odwołujących się do metod etyki opisowej. W ramach normatywnej etyki biznesu autorzy najczęściej sięgają do czterech systemów etycznych – utylitaryzmu, deontologizmu, etyki odpowiedzialności i etyki cnót.

W tym kontekście nasuwa się pytanie, jak należy rozumieć tę różnorodność metod ujmowania etyki biznesu w Polsce. Anna Lewicka-Strzałecka zauważa, że *rodowód etyki biznesu jest niewątpliwie filozoficzny, ale obecnie nie jest to dziedzina wyłącznie filozoficzna. Etyka biznesu jest dyscypliną eklektyczną; zaliczane do niej prace różnią się między sobą istotnie ze względu na metody badawcze, podstawowe założenia, poziom ogólności przedmiotu badań, kryteria ocen, język itp. [...] Istotne jest, by zdawać sobie sprawę, że w etyce biznesu istnieją nie tylko różne odpowiedzi na te same pytania, ale także, że są różne drogi dochodzenia do tych odpowiedzi. Pewne tezy etyki biznesu mogą mieć odmienne znaczenie, w zależności od tego, w ramach którego podejścia zostały sformułowane,*

---

wość, dobro czy wolność. Podkreślić przy tym należy, iż owe wartości stanowią konstytutywne atrybuty człowieka, a nie tylko środki prowadzące do ewentualnego pomnażania zysków (por. tamże).

<sup>46</sup> Por. tamże, s. 63.

<sup>47</sup> S. Rosik, *Wezwania i wybory moralne. Refleksje Teologicznomoralne*, Redakcja Wydawnictw KUL, Lublin 1992, s. 23.

<sup>48</sup> Por. tamże.

ponieważ istnieją między tymi podejściami istotne różnice terminologiczne i pojęciowe. Zasadniczo różne są także metody ich uzasadniania czy dowodzenia<sup>49</sup>. Niemniej jednak z drugiej strony należy rozpatrywać zagadnienia etyki działalności gospodarczej w łączności ze wszystkimi sposobami uprawiania etyki – rzecz nie w tym, aby rezygnować z doświadczeń którejs z dziedzin etyki albo sięgać okazjonalnie po potrzebne [...] uzasadnienia, ale by poszukiwać właściwych proporcji<sup>50</sup>.

## Methods of Grasping Business Ethics in Poland

### Summary

From the beginning of the 1990s, a considerable interest in business ethics has been observed in Poland. It seems that the heritage of Polish researchers concerned with this academic discipline is already rich enough, and at the same time so diverse that it is worth making an attempt to systematize it, deepening and naming appropriate principle methods of grasping business ethics in Poland.

The carried-out analyses allowed determining the following leading methods in the formal aspect: first, the metaethics of business ethics; second, business ethics grasped in the framework of various modifications of normative ethics (most often, deontology, utilitarianism, ethics of virtue and ethics of responsibility; on the other hand, it has been noticed that there is a complete lack of clear references to personalistic ethics); third, business ethics performed as etiology (descriptive ethics) in economic life.

**Key words:** *business ethics in Poland, method, metaethics, normative ethics, descriptive ethics*

---

<sup>49</sup> A. Lewicka-Strzałecka, *Etyka biznesu jako dyscyplina naukowa*, s. 59.

<sup>50</sup> J. Dudek, *op.cit.*, s. 305.