

Grażyna Wolska

Uniwersytet Szczeciński
e-mail: grazyna.wolska@wzieu.pl

KONSEKWENCJE INSTRUMENTALNEGO TRAKTOWANIA KODEKSÓW ETYCZNYCH

CONSEQUENCES OF INSTRUMENTALIZATION OF ETHICAL CODES

DOI: 10.15611/pn.2017.493.16

JEL Classification: M14, A13

Streszczenie: Wzrost zainteresowania wdrożeniem kodeksów etycznych w przedsiębiorstwach ma wiele powodów. Do najważniejszych należy zaliczyć często akcentowaną w ostatnich latach konieczność zwiększenia czytelności działalności gospodarczej, wyeliminowanie korupcji i nieetyczne zachowania w biznesie. Kodeksy etyczne mogą spełnić te oczekiwania i przynieść utylitarne korzyści, jeśli treści w nich ujęte będą rozumiane, akceptowane i respektowane przez pracowników i społeczeństwo oraz jeśli ich zapisy będą tworzone na podstawie publicznej debaty, staną się przedmiotem nauczania oraz zachowają fundamenty obyczajów przenoszonych z generacji na generację. Celem artykułu jest próba określenia bodźców i zachęt skłaniających do respektowania kodeksów etycznych oraz próba odpowiedzi na pytanie, czy przestrzeganie/nieprzestrzeganie kodeksów etycznych wpływa na etos gospodarowania.

Słowa kluczowe: etyka, etyka biznesu, kodeksy etyczne, gospodarka, sfera społeczna, przedsiębiorstwo.

Summary: Causes standing behind the increasing interest in the implementation of ethical codes within business enterprises are manifold. The most important one is often mentioned a need to intensify the transparency of economic activity, to eliminate corruption and unethical business practices. Ethical codes are able to fulfill these needs and bring measurable benefits, as far as their content is understood, accepted and respected by the employees and the society, as well as if they are construed as an effect of a public debate and become an object of constant generation-to-generation education process. The aim of the article is to specify the impulses and incentives to respect ethical codes as well as to answer the question whether obeying or not obeying the rules influences the ethos of economic activity.

Keywords: ethics, business ethics, ethical codes, economy, social sphere, enterprise.

1. Wstęp

W ostatnich latach obserwuje się wzmożoną dyskusję na temat ekonomii jako nauki. W debatach tych akcentowana jest konieczność zmiany jej paradygmatu. Autorzy licznych prac z tym związanych podkreślają przede wszystkim potrzebę uwzględnienia dokonujących się zmian społeczno-gospodarczych. Konieczność rozszerzenia pola badawczego ekonomii, zwłaszcza o aspekty społeczne, wyrażali w swoich publikacjach m.in. J.H. Dunning, F. Fukuyama, A. Wojtyna, M. Ratajczak.

W literaturze przedmiotu krytykowana jest szczególnie zawodność teorii ekonomii dominującej w głównym nurcie ekonomii – doktryny neoliberalnej, która wykazała, że teoria ekonomii nie może być oderwana od życia gospodarczego [Mączyńska 2011, s. 43]. Ten punkt widzenia podziela M. Miszewski, stwierdzając że wiodącą słabością doktryny neoliberalnej było nadmierne skupienie się ekonomistów na budowaniu modeli ekonometrycznych eliminujących elementy jakościowe, które jako niewymierne trudno było wprowadzać jako zmienne modelu. Pomijanie jakościowych aspektów zjawisk i procesów gospodarczych zakłócało uchwycenie związków przyczynowo-skutkowych między poszczególnymi elementami gospodarki [Miszewski 2011, s. 12]. T. Lawson także negatywnie ocenia użycie modelowania jako praktycznego sposobu obrazu i zidentyfikowania meritum rzeczywistości społeczno-gospodarczej. Odnotowuje on, że „Rzeczywistość ta ma [...] głęboką strukturę opartą na relacjach osobistych, zasadach, kulturze, władzy i innych, a więc tego rodzaju aspektach, które zwykle są niemierzalne [...]. Ma więc zupełnie inną naturę niż statyczny zbiór wyizolowanych jednostek, gwarantujących funkcjonowanie formalnych, dedukcyjnych modeli matematycznych” [Lawson 2009 s. 765]. Krytyczne uwagi co do powstałego układu, zwłaszcza w relacjach ekonomia – ekonomia społeczna – etyka, wywołały szereg dyskusji i zapytań, czy można w tym przypadku mówić o dwóch całkowicie odmiennych obszarach badań rzeczywistości społeczno-gospodarczej, z zaznaczeniem jednak, że oczywiście metodologicznie ujmując, można w tych obszarach zaobserwować względną różnicę podejść poznawczych, niemniej mimo tych różnic, badania te powinny stanowić jedność.

Do uwarunkowań, które sprzyjały pomijaniu aspektu etycznego, zarówno w ekonomii jako nauce, jak i w przedsiębiorstwie, J. Filek zalicza: traktowanie zysku jako wartości niezwiązanej z innymi wartościami nadrzędnymi, nadmierne skupienie niekontrolowanej władzy w rękach menedżerów, brak elementu aksjologicznego łączącego interesy przedsiębiorców i klientów, zbytnie podporządkowanie jednostki interesom przedsiębiorstwa jako całości i wreszcie utożsamianie działalności gospodarczej z rodzajem gry toczonej wyłącznie według jej własnych reguł [Filek 2005, s. 114-116]. Przyczyny te spowodowały, że ekonomiści (teoretycy i praktycy) zaczęli coraz więcej uwagi poświęcać etyce w biznesie. W efekcie tych oddziaływań etyka w biznesie stała się dyscypliną, która wzbogaciła się o wiele badań i analiz naukowych.

Samo pojęcie „etyka” W. Gasparski tłumaczy jako refleksję nad moralnością, natomiast refleksję nad moralnością – jako wartości i normy, które obowiązują

(powinny obowiązywać) w życiu określonej wspólnoty. Oczywiście słowo „etyka” może też być używane w innym znaczeniu („upadek etyki takiego i takiego zawodu lub środowiska”) i wówczas istotnie może oznaczać pewien system norm moralnych, które zanikają w określonej grupie. Wobec tego, rozważając problem zwłaszcza w relacji: etyka – ekonomia, warto ustalić, w jakim sensie używać słowa „etyka”. Czy chodzi o refleksję etyczną i jej stosunek do ekonomii jako nauki, czy też o moralność i jej odniesienie do praktyki ekonomicznej, czyli gospodarowania? Naturalnie wchodzi też w grę inne połączenie, na przykład ktoś może mieć na myśli moralność zawodową samych ekonomistów i ich rzetelność w stawianiu tezy, ocenianiu zjawisk gospodarczych lub formułowaniu przewidywań [Gasparski 2015, s. 232-245]. Natomiast „[...] etyczność działania gospodarczego wyjaśnia jako normę prymarną wyznaczającą endo- i egzomoralność działań gospodarczych, sprawność ekonomiczna zaś, tj. efektywność i ekonomiczność wyrażona w jednostkach monetarnych, jest normą sekundarną w porządku norm stanowiących społeczny ład gospodarowania”. Przywoływany autor stwierdził ponadto, że uzależnienie etyczności działań gospodarczych (podobnie jak wszystkich działań) od ich opłacalności jest pozbawione sensu [Gasparski 2007, s. 51-52].

Odhumanizowana ekonomia, pozbawiona społecznego charakteru, przyczyniła się do eskalacji globalnego kryzysu i głębokich zmian w sposobie myślenia o stosowności doktryny neoliberalnej. Naruszona równowaga w gospodarce skłoniła również do podejmowania prób przeciwdziałania powstałym dysfunkcjom. Zaczęto z coraz większą przychylnością dostrzegać znaczenie etyki jako przeciwwagę dla wielu nieprawidłowości w działalności gospodarczej. W ostatnich latach obserwuje się także coraz częściej werbalizowaną przez ekonomistów potrzebę wdrożenia kodeksów etycznych. Zdaniem wielu badaczy pomagają one zwiększyć czytelność działalności gospodarczej, eliminować korupcję i nieetyczne zachowania w biznesie oraz korzystać z dobrych praktyk.

Celem artykułu jest próba określenia bodźców i zachęt skłaniających do respektowania kodeksów etycznych oraz próba odpowiedzi na pytanie, czy przestrzeganie/nieprzestrzeganie kodeksów etycznych wpływa na etos gospodarowania.

2. Kodeksy etyczne – przesłanki, dylematy

Kodeksy etyczne to dokumenty, które zawierają normy postępowania ustanowione przez zwyczaj i tradycję, reguły moralne, zasady techniczne oraz elementy norm prawnych. Często wskazują kluczowe dążenia przedsiębiorstwa, jego misję, związki z otoczeniem, niekiedy definiują szczegółowo instrukcje i kanony postępowania pracowników. Obok wymienionych wyróżników, kodeksy przedsiębiorstw ustalają także zakres obowiązków menedżerów wynikających z podjętej przez przedsiębiorstwo odpowiedzialności społecznej. Kodeks etyczny, w rozumieniu zbioru zasad i powiązanych z nimi procedur, nie może być jednak celem samym w sobie. Powinien być jednym z elementów świadomego kształtowania kultury etycznej w organizacji. Jak

każdy dokument, musi być przede wszystkim przestrzegany i respektowany, zwłaszcza przez pracowników najwyższych szczebli [Wolska 2013, s. 844].

Obok publicznej dyskusji dotyczącej treści kodeksów etycznych trwa też polemika dotycząca zasadności ich stanowienia. S. Galata dowodzi, że spotkać się można z poglądem, iż kodyfikowanie postaw moralnych sprzyja regulowaniu zachowań narzuconych przez twórców kodeksów etycznych. Nie są odosobnione głosy, że kodeksy etyczne są wynikiem działań jałowych, bezwartościowych praktycznie, a zatem zbędnych. Jak niemal w każdej sytuacji, tak i tu arbitralne oceny rozmiągają się z istotą zjawiska. Powodem tego jest ich względność, którą widać zwłaszcza na przykładzie odpowiedzialności za rezultaty podejmowanych działań zarówno jednostek, jak i zespołów [Galata 2007, s. 193]. Galata utrzymuje również, że potrzeba formułowania kodeksów pojawia się w ramach tych zawodów i instytucji życia publicznego, które przeżywają kryzys, pojawia się zazwyczaj tam, gdzie brakuje zwykłej uczciwości i moralności osobistej. Im mniej dobrze zorganizowanych instytucji demokratycznych, tym więcej wołania o kodeks [Galata 2007, s. 193]. Potwierdzeniem tej tezy są banki i instytucje finansowe, których menedżerowie szczególnie podkreślali, iż posiadają rzetelnie opracowane i wdrożone kodeksy etyczne.

Wiele miejsca w dyskusji nawiązującej do kodeksów etycznych poświęca się kwestiom związanym z etyką zawodową. Nieodosobnione są opinie, że etyka zawodowa w całym swym koncepcie może i powinna stawiać swoim odbiorcom wyższe przesłanki moralne niż te, które są określane przez kryteria etyki ogólnej. W praktyce widać to zwłaszcza w przypadku deontologii towarzystw ubezpieczeniowych, biur turystycznych czy biur nieruchomości. W ich etykach zawodowych postępowanie w stosunku do innych ludzi jest często co najwyżej dyrektywą realizacji podstawowych powinności (np. wymóg postępowania zgodnie z prawem), a więc normą etyki obowiązku.

W rezultacie kodyfikacja zasad etyki zawodowej często powoduje swoistą „pozytywizację” norm etycznych i tym samym upodabnia je do reguł prawnych. Ponadto kodeksy etyki zawodowej są ogłaszane często przez opublikowanie w pismach samorządu zawodowego. Ten sposób publikowania zasad etycznych bardzo przypomina promulgację aktu prawnego, która traktowana jest powszechnie jako jeden z warunków uznania formalnego obowiązywania normy prawnej. Nierzadko konstrukcja kodeksów etyki zawodowej wzorowana jest na strukturze aktów prawnych generalnych z charakterystycznym podziałem tekstu normatywnego na artykuły, paragrafy, ustępy itd. Jednak tym, co niejednokrotnie najbardziej upodabnia kodeksy etyki zawodowej do aktów prawnych, jest sformalizowanie sankcji za ich nieprzestrzeganie. Tymczasem implikacje te powinny być określone nie w kodeksach etyki zawodowej, lecz w przepisach zawartych w ustawach regulujących funkcjonowanie poszczególnych podmiotów gospodarczych [Fuller 1878, s. 35].

Podobny punkt widzenia prezentują R. Sarkowicz i J. Stelmach, według których często można się spotkać z poglądem, że objęcie sankcją dyscyplinarną (łącznie z karą dyscyplinarną pozbawienia prawa wykonywania określonego zawodu) zacho-

wań regulowanych przez kodeks etyki zawodowej oznacza praktycznie włączenie go do systemu prawa [Sarkowicz, Stelmach 2001, s. 51-60] Przywołane niedoskonałości kodeksów etyki zawodowej dają podstawę do stwierdzenia, że obok zapisów charakterystycznych dla danej profesji kodeksy te powinny również zawierać ogólne normy etyczne, kryteria zachowań znamienych dla etyki dążeń oraz wskazywać reprezentatywne w danej kulturze ideały i wartości.

Na uwagę zasługuje jeszcze inny, bardzo istotny problem związany z tworzeniem kodeksów etycznych. Otóż zachodzi pytanie, czy zawarte w kodeksie etycznym reguły powinny mieć charakter konsultacyjny, doradczy czy kategoriyczny i bezwzględnie obowiązujący. Ponadto należy zapytać, kto powinien opracowywać kodeksy etyczne dla przedsiębiorstwa. Podmiot zewnętrzny, nawet bardzo się starając, nie będzie w stanie dogłębnie poznać specyfiki przedsiębiorstwa, czego następstwem może być zbytne uszczegółowienie kodeksu etycznego (przypominające regulamin) lub tak ogólne ujęcie, że nie będzie on czytelny i użyteczny. Z kolei sami zainteresowani (przedstawiciele jednostki organizacyjnej lub grono wyznaczone do tworzenia kodeksu etycznego) mogą dla własnego komfortu pominąć zapisy niewygodne dla pojedynczych pracowników lub ich grupy. Trudno bowiem zakwestionować opinię, że większość ludzi nie ma skłonności do przedkładania własnego interesu nad ogólny. Potwierdzeniem tego poglądu jest stanowisko B. Klimczak, która podkreśla, że choć w kodeksach często deklarowana jest idea wolnego rynku i zasady fair play w konkurencji, to jednak w działaniach wobec konkurentów nie wymienia się na ogół woli przekazywania im informacji. Brak w kodeksach deklaracji o informowaniu konkurentów można odczytać w ten sposób, że przedsiębiorstwa w istocie nie cenią wolnej konkurencji, deklarują ją jednak pod wpływem opinii społecznej. Kodeksy także rzadko wyjaśniają, dlaczego należy realizować zawarte w nich cele, normy i reguły postępowania [Klimczak 1996, s. 72-73].

M. Kaptein i H. Klamer są zdania, że ostateczny test przydatności kodeksów etycznych polega na określeniu, czy treści w nich ujęte są bezstronne, rozważne i efektywne, i podają sześć warunków efektywności kodeksów etycznych:

1. Odpowiednia motywacja do ich wprowadzenia. Nacisk kładziony jest tu na istotne korzyści przyjęcia i stosowania kodeksu. Podejście typu „my też” nie wystarczy.

2. Szeroka akceptacja w firmie. W proces opracowywania kodeksu należy włączyć przedstawicieli wszystkich komórek organizacyjnych.

3. Stała informacja zwrotna. W procesie wdrażania kodeksu mogą się pojawić pewne trudności; zmieniają się także normy postępowania w konkretnych sytuacjach. Wymaga to informacji zwrotnej.

4. Weryfikacja i kontrola. Wszelkie niekonsekwencje występujące na linii zasady – praktyka powinny zostać ujawnione. Jednym ze sposobów osiągnięcia tego celu są równoległe prowadzone dyskusje w grupie współpracowników.

5. Integracja ogólnej filozofii firmy z wytycznymi związanymi z zakresem jej działalności i odpowiedzialności. Zestaw zasad powinien stanowić część składową

szerszej etycznej definicji misji przedsiębiorstwa. Można to osiągnąć poprzez programy szkoleniowe, powołanie zakładowej komisji etycznej lub poprzez dyskusje z zewnętrznymi grupami interesu.

6. Sankcje i kontrola. Niezbędny jest system egzekwowania zasad kodeksu, w ujęciu zarówno pozytywnym, jak i negatywnym. Zapewnienie efektywności kodeksu wymaga wprowadzenia określonych sankcji. Nieograniczone pozwolenie na wszystko doprowadziłoby jedynie do sytuacji, w której praktyka rozminęłaby się z zasadami. W wielu przedsiębiorstwach stosuje się ostre sankcje np. za łapownictwo [Kaptein, Klamer 1992, s. 245-246].

Przytoczone opinie wskazują, że treści, jakie powinny zawierać kodeksy etyczne, zwłaszcza te o charakterze deontologicznym, nie są jednolicie przez znawców tego zagadnienia precyzowane. Analizując literaturę przedmiotu, wyłonić można jednak kilka ogólnych wskazań i warunków wpływających na jakość i przydatność kodeksu etycznego, mianowicie:

- w kodeksach etycznych należy unikać artykułowania odgórnych „jedynie słusznych” zaleceń, norm i zachowań, tym bardziej że przedsiębiorstwa działają w zmiennych i niejednorodnych warunkach;
- kodeksy etyczne nie mogą się odwoływać tylko do istniejącego stanu rzeczy, lecz muszą również uwzględniać dokonujące się zmiany zachodzące w otoczeniu zarówno wewnętrznym, jak i zewnętrznym;
- kodeksy etyczne powinny uwzględniać pojedyncze osoby, grupy i społeczności, określając zasady uczestnictwa w przedsiębiorstwie;
- kodeksy etyczne nie powinny mieć na celu zastąpienie ogólnych norm moralnych, powinny je uzupełniać, spowodować, by były przejrzyste dla określonej grupy odbiorców i przede wszystkim stawiały wysokie wymagania w stosunku do przesłanek zbiorowych lub uniwersalnych;
- głównym celem powinno być odwołanie się do współodpowiedzialności, dialogu, rozmowy, dyskusji i negocjacji współdziałających jednostek we wszystkich fazach uzgadniania przesłanek normatywnych (moralnych i prawnych).

3. Kodeksy etyczne w świetle badań empirycznych przeprowadzonych w Polsce

Z powyższych rozważań wynika następująca syntetyczna konstatacja: kodeksy etyczne powinny mieć na celu nie zastąpienie ogólnych norm moralnych, lecz ich uzupełnienie, powinny spowodować, by były one przejrzyste dla przeznaczonej grupy odbiorców. Kodeksy etyczne nie mogą być również martwym zapisem przestrzeżanym tylko wtedy, gdy w przedsiębiorstwie pojawia się wyjątkowa, szczególnie trudna sytuacja, zwłaszcza w relacjach międzyludzkich. Sprowadzone do zbioru zobowiązań kodeksy etyczne, bez wyjaśnienia celu, uniemożliwiają rozwój świadomości etycznej i moralnej w biznesie. Mimo że kwestie te są często poddawane dyskusji, znane i wydawałoby się akceptowane w środowisku biznesowym, to

w praktyce nie obserwuje się wzrostu rangi kodeksów etycznych. Potwierdzeniem tego stanowiska są wyniki badań. W 2016 roku przeprowadzono na obszarze Polski badania ankietowe, w rezultacie których otrzymano 1269 ankiet, z czego 1089 zostało poprawnie wypełnionych, co dało zwrotność na poziomie 86,22%. Należy dodać, że badaniami ankietowymi objęto ogół zatrudnionych, a więc nie tylko menedżerów i właścicieli, lecz także wszystkich pozostałych pracowników. Głównym celem badań było poznanie poziomu wiedzy na temat wprowadzenia, zapisów i przestrzegania kodeksów etycznych w przedsiębiorstwie.

W tabeli 1 zaprezentowano udział badanych osób w poszczególnych rodzajach przedsiębiorstw ze względu na wielkość zatrudnienia. Natomiast w tab. 2, 3, 4 i 5, zawarto wyniki badań ankietowych na temat wiedzy dotyczącej kodeksów etycznych w przedsiębiorstwach funkcjonujących w Polsce.

Tabela 1. Udział osób zatrudnionych w poszczególnych rodzajach przedsiębiorstw w Polsce w 2016 r. (w %)

Województwo	Mikro (1-9 os.)	Małe (10-49 os.)	Średnie (50-249 os.)	Duże (250 i więcej os.)	Nie wiem	Liczba odpowiedzi
Dolnośląskie	18,18	36,36	36,36	9,09	0,00	11
Kujawsko- pomorskie	8,33	0,00	33,33	41,67	16,67	12
Lubelskie	0,00	55,56	11,11	33,33	0,00	9
Lubuskie	8,33	31,25	16,67	37,50	6,25	48
Łódzkie	11,48	49,18	26,23	13,11	0,00	61
Małopolskie	18,99	41,77	29,11	8,86	1,27	79
Mazowieckie	18,75	50,00	25,00	6,25	0,00	16
Opolskie	0,00	0,00	0,00	100,00	0,00	3
Podkarpackie	100,00	0,00	0,00	0,00	0,00	2
Podlaskie	0,00	66,67	0,00	33,33	0,00	3
Pomorskie	16,25	26,25	8,75	38,75	10,00	80
Śląskie	6,67	16,67	26,67	43,33	6,67	30
Warmińsko- mazurskie	45,00	20,00	15,00	10,00	10,00	20
Wielkopolskie	6,88	14,29	21,69	46,03	11,11	189
Zachodniopomorskie	15,78	21,48	22,24	27,57	12,93	526
Polska	14,14	24,52	21,67	29,84	9,83	1089

Źródło: opracowanie własne na podstawie ankiety przygotowanej przez Katedrę Ekonomii Wydziału Zarządzania i Ekonomiki Usług Uniwersytetu Szczecińskiego.

Tabela 2. Struktura odpowiedzi na pytanie: „Czy widzą państwo sens wdrażania kodeksów etycznych?” (w %)

Województwo	Nie	Tak
Dolnośląskie	18,18	81,82
Kujawsko-pomorskie	33,33	66,67
Lubelskie	0,00	100,00
Lubuskie	58,33	41,67
Łódzkie	63,93	36,07
Małopolskie	53,16	46,84
Mazowieckie	12,50	87,50
Opolskie	0,00	100,00
Podkarpackie	0,00	100,00
Podlaskie	0,00	100,00
Pomorskie	32,50	67,50
Śląskie	30,00	70,00
Warmińsko-mazurskie	25,00	75,00
Wielkopolskie	21,16	78,84
Zachodniopomorskie	33,84	66,16
Świętokrzyskie	0,00	0,00

Źródło: opracowanie własne na podstawie ankiety przygotowanej przez Katedrę Ekonomii Wydziału Zarządzania i Ekonomiki Usług Uniwersytetu Szczecińskiego.

Tabela 3. Struktura odpowiedzi na pytanie: „Czy państwa przedsiębiorstwo posiada kodeks etyczny?” (w %)

Województwo	Nie	Nie wiem	Tak
Dolnośląskie	36,36	45,45	18,18
Kujawsko-pomorskie	41,67	16,67	41,67
Lubelskie	0,00	44,44	55,56
Lubuskie	47,92	35,42	16,67
Łódzkie	45,90	31,15	22,95
Małopolskie	44,30	16,46	39,24
Mazowieckie	31,25	31,25	37,50
Opolskie	33,33	0,00	66,67
Podkarpackie	100,00	0,00	0,00
Podlaskie	66,67	0,00	33,33
Pomorskie	27,50	31,25	41,25
Śląskie	23,33	40,00	36,67
Warmińsko-mazurskie	30,00	35,00	35,00
Wielkopolskie	19,58	33,86	46,56
Zachodniopomorskie	27,57	38,78	33,65
Świętokrzyskie	0,00	0,00	0,00

Źródło: opracowanie własne na podstawie ankiety przygotowanej przez Katedrę Ekonomii Wydziału Zarządzania i Ekonomiki Usług Uniwersytetu Szczecińskiego.

Tabela 4. Struktura odpowiedzi na pytanie: „Czy zapoznali się państwo z treścią kodeksu etycznego” (w %)

Województwo	Nie	Tak	Brak odpowiedzi
Dolnośląskie	0,00	18,18	81,82
Kujawsko-pomorskie	0,00	41,67	58,33
Lubelskie	0,00	55,56	44,44
Lubuskie	0,00	16,67	83,33
Łódzkie	1,64	21,31	77,05
Małopolskie	6,33	32,91	60,76
Mazowieckie	0,00	37,50	62,50
Opolskie	0,00	66,67	33,33
Podkarpackie	0,00	0,00	100,00
Podlaskie	33,33	0,00	66,67
Pomorskie	8,75	32,50	58,75
Śląskie	3,33	33,33	63,33
Warmińsko-mazurskie	0,00	35,00	65,00
Wielkopolskie	14,81	31,75	53,44
Zachodniopomorskie	4,18	29,47	66,35
Świętokrzyskie	0,00	0,00	0,00

Źródło: opracowanie własne na podstawie ankiety przygotowanej przez Katedrę Ekonomii Wydziału Zarządzania i Ekonomiki Usług Uniwersytetu Szczecińskiego.

Tabela 5. Struktura odpowiedzi na pytanie: „Czy kodeks etyczny w państwa przedsiębiorstwie jest przestrzegany” (w %)

Województwo	Nie	Tak	Brak odpowiedzi
Dolnośląskie	0,00	18,18	81,82
Kujawsko-pomorskie	0,00	41,67	58,33
Lubelskie	0,00	55,56	44,44
Lubuskie	2,08	14,58	83,33
Łódzkie	1,64	21,31	77,05
Małopolskie	5,06	34,18	60,76
Mazowieckie	0,00	37,50	62,50
Opolskie	0,00	66,67	33,33
Podkarpackie	0,00	0,00	100,00
Podlaskie	33,33	0,00	66,67
Pomorskie	8,75	32,50	58,75
Śląskie	6,67	30,00	63,33
Warmińsko-mazurskie	5,00	30,00	65,00
Wielkopolskie	4,76	41,80	53,44
Zachodniopomorskie	6,08	27,57	66,35
Świętokrzyskie	0,00	0,00	0,00

Źródło: opracowanie własne na podstawie ankiety przygotowanej przez Katedrę Ekonomii Wydziału Zarządzania i Ekonomiki Usług Uniwersytetu Szczecińskiego.

Wyniki przedstawione w tab. 2, 3, 4, 5 wskazują, że zbyt optymistyczna i pochopna byłaby opinia, że posiadanie kodeksów etycznych jest standardem w polskich przedsiębiorstwach. Wielu respondentów, mimo że widzi korzyści, jakie przynieść mogą kodeksy etyczne (tab. 1), nie interesuje się jednak ich zapisami i przestrzeganiem w praktyce. Świadczą o tym niezaznaczone odpowiedzi w ankiecie (tab. 3, 4, 5). Skłania to do zastanowienia, dlaczego mimo prowadzonego w ostatnich latach w Polsce dyskursu podkreślającego znaczenie kodeksów etycznych są one niedoceniane. Chodzi tu nie o czysto teoretyczną finezję, lecz o odpowiedź na pytanie o przyczynę takiego postępowania. Powodów jest wiele, niemniej do najważniejszych należy zaliczyć przekonanie, zwłaszcza wśród właścicieli i menedżerów, że są one przeszkodą w prowadzeniu przedsiębiorstwa. Posiadanie i przestrzeganie zasad ujętych w kodeksach obliuguje, a to może utrudnić swobodne gospodarowanie, bez zobowiązań, a w efekcie przyczynić się do utraty części zysku, podczas gdy dotychczas to właśnie zysk był najważniejszym celem działalności.

4. Czy kodeksy etyczne stymulują zachowania etyczne w biznesie?

Podjęta refleksja nad relacjami między sprawnościowym i etycznym wymiarem działań gospodarczych wymaga głębszego zastanowienia. Dlatego podstawą dalszych rozważań jest udowodnienie tezy, że nieprzestrzeganie norm i reguł zachowań etycznych doprowadza wcześniej lub później wszystkich uczestników związanych z działalnością gospodarczą najpierw do nasilenia zjawisk patologicznych, a w końcu do bankructwa. Ilustracją tej tezy będą przypadki wzięte z rzeczywistości społeczno-gospodarczej.

Zanim jednak zostaną podane przykłady nieetycznych zachowań podmiotów gospodarczych, autorka chciałaby rozpatrzeć inną, równie ważną kwestię, jaką są wyłudzenia i defraudacje popełniane przez pracowników. Zagadnienia te są rzadziej dostrzegane i nagłaśniane, dlatego warto temu problemowi poświęcić uwagę.

W zasadzie debaty na temat przekraczania przez pracowników zasad moralnych i etycznych zintensyfikowały w Polsce afery z 2014 roku, związane z nieetycznym postępowaniem posłów polskich. Oszustwa te dotyczyły nieuczciwego rozliczania się z delegacji, nierzetelnego wykazania posiadanego majątku, opłacenia firmową kartą płatniczą wydatków, które nie miały nic wspólnego z pełnionymi obowiązkami służbowymi. Wydarzenia te spowodowały naturalnie większe zainteresowanie mediów, społeczeństwa i przedsiębiorców etyką, moralnością i uczciwością zatrudnionych pracowników. W wyniku podjętych badań okazało się, że przestępstwa na szkodę przedsiębiorstwa popełniane przez zatrudnionych w nim pracowników są poważnym problemem wielu firm. Jak wskazują badania przeprowadzone przez PwC Polska, co drugi polski przedsiębiorca przyznaje, że stał się ofiarą wyłudzeń lub nadużyć oraz że statystycznie ponad połowę strat w przedsiębiorstwie generują zatrudnieni pracownicy. Z raportu Global Economic Crime Survey sporządzonego przez firmę doradcą PwC wynika również, że ponad jedna trzecia (37%) przedsiębiorstw

w 2014 r. była poszkodowana w wyniku takiego proceduru [<http://forsal.pl/artykuly/792166,naduzycia-pracownicze-jak-poradzc-sobie-z-firmowymi-oszustami.html>].

Źródła wskazują, iż skala oszustw i defraudacji jest zależna od zajmowanego stanowiska i tym samym możliwości pracownika. Szeregowi pracownicy na ogół jeśli popełniają nadużycia, to zwykle nie na wielką skalę. Problemem może być jednak ich systematyczność, która przy dużej liczbie zatrudnionych pracowników powoduje znaczne koszty. Natomiast duże kłopoty finansowe dla przedsiębiorstwa zaczynają się, gdy nadużycia powoduje kadra menedżerska z członkami zarządu włącznie. Tego rodzaju czyny określane są często w literaturze przedmiotu jako przestępstwa popełniane przez „białe kołnierzyki”. Czyny kwalifikowane jako przestępstwa „białych kołnierzyków” dokonywane są przy okazji wypełniania obowiązków służbowych. Określenie przestępstwa „białych kołnierzyków” obejmuje więc te spośród przestępstw gospodarczych, które popełniane są przez jednostki sprawujące ważne funkcje w instytucjach społecznych [Zboroń 2004, s. 254-255]. Możliwość jakimi na ogół (przy braku skutecznej kontroli) dysponują członkowie zarządów dużych spółek, korporacji, instytucji finansowych itd., powodują, że straty finansowe wywołane przestępstwami „białych kołnierzyków” są znacznie większe niż te, które związane są z przestępstwami pospolitymi.

Potwierdzeniem tego stanowiska jest raport Stowarzyszenia Biegłych ds. Przedsiębiorstw i Nadużyć Gospodarczych (Association of Certified Fraud Examiners (ACEF)), z którego wynika, że przeciętne przedsiębiorstwo w ciągu roku traci ok. 5 proc. dochodów wskutek oszustw i defraudacji. W skali świata straty z tego tytułu szacowane są na około 3,7 bln dolarów [<http://forsal.pl/artykuly/792166,naduzycia-pracownicze-jak-poradzc-sobie-z-firmowymi-oszustami.html> z dnia 23.02.2015 roku].

Wielu badaczy tego problemu uważa, że główną przyczyną nadużyć spowodowanych przez „białe kołnierzyki” są brak elementarnych zasad etycznych i moralnych oraz często źle skonstruowane przepisy prawne, które pozwalają balansować na granicy prawa i prowadzić nielegalne praktyki. Zdaniem Z. Baumana zarówno zdefiniowanie, wykrycie, jak i przeciwdziałanie nielegalnym praktykom jest bardzo trudne. W jego opinii „sprzeczne z prawem czyny popełniane na «górze» niezmiernie trudno jest rozwikłać, bo wplecione są w gęstą sieć codziennych, «zwykłych» spraw przedsiębiorstwa. Jeśli chodzi o działania zmierzające w sposób jawny do osiągnięcia korzyści kosztem innych, granica między posunięciami dozwolonymi i niedozwolonymi jest słabo określana i zawsze pozostaje dyskusyjna”. Autor ten utrzymuje także, że przestępstwa „popełniane są w zamkniętym kręgu ludzi, których łączy poczucie wspólnoty, lojalność wobec instytucji; [...] ludzi, którzy zwykle skutecznie potrafią wykryć i uciszyć lub wyeliminować potencjalne źródło „przecieków” oraz „jeżeli chodzi o przestępstwa popełniane na «górze», to nadzór opinii publicznej jest w najlepszym wypadku sporadyczny i powierzchowny, a w najgorszym nie ma go wcale. Potrzeba wyjątkowo spektakularnego oszustwa, oszustwa o «ludzkim wymiarze», z ofiarami, którymi są emeryci lub drobni ciułacze i które można

nazwać po imieniu [...] by wzbudzić zainteresowanie opinii publicznej i utrzymać je dłużej niż dzień – dwa” [Bauman 2000, s. 145-146]. Ta trafna diagnoza Z. Baumana znalazła w dużej mierze odzwierciedlenie w przypadku m.in. Enronu i Lehman Brothers. Upadek firmy Arthur Andersen, do którego doszło w 2003 r., i poprzedzające go bankructwo klienta tego przedsiębiorstwa konsultingowego – Enronu, a następnie Lehman Brothers to także przykłady, że największe konsekwencje ponosi gospodarka i społeczeństwo.

Znamienne jest to, że wspomniane podmioty podkreślały, że przewodnikiem ich działalności są kodeksy etyczne, które – jak się okazało w praktyce – traktowano jako niezobowiązujący dokument. Ostatni kryzys pokazał to bardzo wyraźnie, że mimo iż podmioty te dysponowały starannie opracowanymi kodeksami etycznymi, to zachowania, zwłaszcza menedżerów, były rozbieżne z zapisami ujętymi w tych dokumentach. Problem w tym, że nadal wielu menedżerów traktuje kodeksy etyczne powierzchownie, postrzegając je jako regulamin lub przewodnik moralnego postępowania, ograniczający problem odpowiedzialności do wykonywania czynności zgodnych z przyjętymi normami wykonywanego zawodu. Tymczasem moralność, etyczne zachowanie należy ujmować w szerszej perspektywie, jako stan obowiązujący bez względu na formę przyjętych umów czy konwencji.

5. Zakończenie

Opisane egzemplifikacje sprawiły, że wielu naukowców, praktyków i konsumentów podjęło wzmogłą dyskusję dotyczącą przyczyn niedostatku zachowań etycznych. Debata ta zasada się przede wszystkim na źródłach pochodzenia deficytu etyczności. Jedni twierdzą, że przyczyna tkwi w braku kultury i świadomości etycznej społeczeństw, inni z kolei, że w braku sprawnych instytucji. Zdaniem J.C. Bogła, głęboki kryzys na rynku finansowym wynika w mniejszym stopniu z fundamentalnych cech rynku czy ludzkich ułomności, a bardziej z faktu, że klasa menedżerska stopniowo przejęła kontrolę nad gigantycznymi przedsiębiorstwami, w których ma nikłe udziały własne i w związku z tym nie gospodaruje zasobami z tak wielką starannością, jakby gospodarowała zasobami własnymi. Ponadto niefortunnie obowiązujący kiedyś moralny absolutyzm – „są rzeczy, których po prostu się nie robi” – zastąpił moralny relatywizm: „skoro wszyscy to robią, to czemu ja miałbym być inny” [Bogł 2009, s. 71-76].

Reasumując, poprawnie zbudowane kodeksy etyczne powinny przede wszystkim wskazywać w sposób czytelny i wyważony, które zachowania pracowników określa się jako nieetyczne lub etyczne we wszystkich obszarach funkcjonowania przedsiębiorstwa. Twórcy kodeksów etycznych winni zwrócić szczególną uwagę na to, by kodeks etyczny był akceptowany przez ogół pracowników. Akceptację pracowników można pozyskać różnymi sposobami. Najefektywniej można to uczynić nie poprzez zakazy i nakazy, lecz szkolenia, bezpośrednie włączanie pracowników w tworzenie kodeksów etycznych i dobre przykłady menedżerów. Ten punkt wi-

dzenia prezentuje także P. Pratley. Jego zdaniem najlepszą drogą postępowania jest przede wszystkim popieranie pozytywnego zaangażowania w przestrzeganiu zasad, a nie kontrola oparta na braku zaufania [Pratley 1998, s. 244-245].

Na zakończenie warto by przedstawić kontrapunkt dla negatywnych przykładów etyki w biznesie. Jest to jednak bardzo trudne, ponieważ niełatwo przywołać przekonującą listę działań etycznie właściwych i jednocześnie przynoszących zyski przedsiębiorstwu w dłuższej perspektywie. Nie dlatego, że przykłady takie nie istnieją, ale z tego powodu, że nie stanowią one przedmiotu dyskusji i są, można by rzec, niewidoczne. Podawanie przykładów etycznych zachowań podmiotów gospodarczych jest dosyć ryzykowne, ponieważ deklaracje często odbiegają od rzeczywistości, na co wskazuje choćby przypadek Spółdzielczej Kasy Oszczędnościowo-Kredytowej im. Franciszka Stefczyka. Przypadki nieetycznych działań są ewidentne, większość z nich jest nagłośniona przez media. Natomiast wzorce są niepewne, gdyż z perspektywy dłuższego czasu właściciele lub menedżerowie z chęci zysku mogą zmienić zasady postępowania – z etycznego na niemoralne i nieetyczne.

Literatura

- Bauman Z., 2000, *Globalizacja. I co dalej z tego wynika*, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa.
- Bogł J.C., 2009, *Dość*, PTE, Warszawa.
- Dunning J.H., 2001, *Global Capitalism AT Bay?* Routledge, New York.
- Filek J., 2005, *Konsekwencje instrumentalnego traktowania etyki (na przykładzie firmy Enron)*, [w:] Sójka J. (red.), *Etyka biznesu „po Enronie”*, Wydawnictwo Fundacji Humaniora, Poznań.
- Fukuyama F., 2000, *Social Capital and Civil Society*, LMF Working Paper, IMF.
- Fuller L., 1978, *Moralność prawa*, PWN, Warszawa.
- Galata S., 2007, *Podstawy zarządzania nowoczesną organizacją: ekonomia, kultura, bezpieczeństwo, etyka*, Difin, Warszawa.
- Gasparski W., 2007, *Etyczna infrastruktura działalności gospodarczej*, [w:] Klimczak B., Lewicka-Strzałecka A. (red.), *Etyka i ekonomia*, PTE, Warszawa.
- Gasparski W., 2015, *Czy ekonomiści powinni mieć kodeks etyczny? Postulaty, wątpliwości, argumenty*, [w:] Fiedor B. (red.), *Nauki ekonomiczne. Stylizowane fakty a wyzwania współczesności*, PTE, Warszawa.
- <http://forsal.pl/artykuly/792166,naduzycia-pracownicze-jak-poradzic-sobie-z-firmowymi-oszustami.html> (23.02.2015).
- Kaptein M., Klamer H., 1992, *Ethische bedrijfscodes in Nederlandse bedrijven*, Nederlands Christelijk Werkgeversverbond, Den Haag.
- Klimczak B., 1996, *Etyka gospodarcza*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu, Wrocław.
- Lawson T., 2009, *The current economic crisis: Its nature and the course of academic economic*, Cambridge Journal of Economics, vol. 33, issue 4.
- Mączyńska E., 2011, *Dysfunkcja gospodarki w kontekście ekonomii kryzysu*, Zeszyty Naukowe nr 9, Polskie Towarzystwo Naukowe, Kraków.
- Miszewski M., 2011, *Ordoliberalizm jako podstawa polityki gospodarczej dla współczesnej Europy*, [w:] Bludnik I., Ratajczak M., Wallusch J. (red.), *Ekonomia wczoraj, dziś i jutro*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, Poznań.

- Pratley P., 1998, *Etyka w biznesie*, Gebethner i Ska, Warszawa.
- Ratajczak M., 2011, *Co dalej z ekonomią?*, [w:] Bochenek M. (red.), *Studia z historii ekonomii*, PTE Oddział w Toruniu, Toruń.
- Sarkowicz R., Stelmach J., 2001, *Teoria prawa*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków.
- Wojtyła A., 2008, *Współczesna ekonomia – kontynuacja czy poszukiwanie nowego paradygmatu?*, *Ekonomista*, nr 1.
- Wolska G., 2013, *Kodeksy etyczne jako instrument poprawnych relacji między podmiotem gospodarczym a konsumentem*, *Prace naukowe Uniwersytetu Naukowego we Wrocławiu*, nr 350, *Ekonomia*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Wrocław.
- Zboroń H., 2004, *Etyka biznesu wobec patologii życia gospodarczego*, [w:] Pogonowska B. (red.), *Elementy etyki gospodarki rynkowej*, PWE, Warszawa.