

ANNALES



WYDAWNICTWO
UNIWERSYTETU
ŁÓDZKIEGO

ANNALES

Ethics in Economic Life

Volume 22, No. 2



**WYDAWNICTWO
UNIwersytetu
ŁÓDZKIEGO**
Łódź 2019



Member since 2018
JM13714

EDITORIAL BOARD

Joanna Dzionek-Kozłowska (Editor-in-Chief), Rafał Matera (Deputy Editor-in-Chief)
Janina Godłów-Legiędz, Janusz Skodlarski, Jan Jacek Sztaudynger, Danuta Walczak-Duraj

SCIENTIFIC COUNCIL

Chairman: prof. Czesław Domański, PhD, University of Lodz
prof. dr. Tevfik Erdem, Gazi Üniversitesi (Turkey)
prof. Wojciech Gasparski, PhD, Kozminski University, Business Ethics Centre
prof. David J. Jackson, Bowling Green State University (USA)
prof. Bożena Klimczak, PhD, Wrocław University of Economics
revd. Biju Michael SDB, PhD, Salesian Pontifical University, Jerusalem (Israel)
prof. dr. Nail Öztaş, Gazi Üniversitesi (Turkey)
dr Přemysl Pálka, PhD Tomas Bata University in Zlín (Czech Republic)
prof. Sharaf N. Rehman, University of Texas (USA)
prof. Michał Seweryński, PhD, University of Lodz
prof. Heather Hadar Wright, PhD, Wittenberg University (USA)

INITIATING EDITOR

Katarzyna Smyczek

EDITOR OF THE ISSUE

Joanna Dzionek-Kozłowska

PROOFREADING

Tamara Franiak-Krupińska, Mark Muirhead

TYPESETTING

Joanna Dzionek-Kozłowska

TECHNICAL EDITOR

Elżbieta Rzymkowska

The "Annales. Ethics in Economic Life" is affiliated and co-financed
by the Faculty of Economics and Sociology of the University of Lodz



The list of the reviewers will be published in the 4th issue of "Annales. Ethics in Economic Life" vol. 22
and available *on-line* on the journal's website: <http://www.annalesonline.uni.lodz.pl/reviews.html>

EDITORIAL BOARD ADDRESS

"Annales. Ethics in Economic Life" Editorial Board
90-214 Łódź, Poland, 41, Rewolucji 1905 r. Street
phone: 48 42 635 55 42
e-mail: annales@uni.lodz.pl
www.annalesonline.uni.lodz.pl

Printed directly from camera-ready materials provided to the Łódź University Press.

© Copyright by Authors, Łódź 2019

© Copyright for this edition by Uniwersytet Łódzki, Łódź 2019

Published by Łódź University Press

First Edition W.09374.19.0.C

Printing Sheets 7.625

ISSN 1899-2226

e-ISSN 2353-4869

Łódź University Press
90-138 Łódź, 8 Lindleya St.
www.wydawnictwo.uni.lodz.pl
e-mail: ksiegarnia@uni.lodz.pl
phone +48 42 665 58 63

Przemysław Wechta , Adam Mickiewicz University of Poznan Koncepcja bezinteresowności ekonomicznej Talcotta Parsons <i>Talcott Parsons' concept of economic disinterestedness</i>	7
Robert Rogowski , State University of Applied Sciences in Nowy Sącz Czy możliwa jest budowa teorii moralnej zawodności rynku? <i>Is it possible to build a moral theory of market failure?</i>	25
Anna Lewicka-Strzalecka , Polish Academy of Sciences Moralność finansowa polskich konsumentów <i>The financial morality of Polish consumers</i>	41
Maciej Soin , Lodz University of Technology CSR i etyka przekonań <i>CSR and the ethics of conviction</i>	55
Robert Sroka , Kozminski University „Doregulacja”. Nieprecyzyjność prawa jako nowa przyczyna wyznaczania standardów postępowania przez organizacje branżowe w procesie samoregulacji <i>The imprecision of the law as a new source of setting standards of conduct by industry organizations in the process of self-regulation</i>	71
Sławomir Kamosiński , Kazimierz Wielki University in Bydgoszcz Firma jako wartość dla przedsiębiorcy <i>The company as a value for the entrepreneur</i>	85
Monika Fiedorczyk , University of Białystok Ewolucja systemu gospodarczego Rosji: uwarunkowania, etapy i perspektywy zmian <i>The evolution of the economic system in Russia: Circumstances, stages and perspectives of change</i>	101

Przemysław Wechta
Adam Mickiewicz University of Poznań
Faculty of Social Sciences
Institute of Sociology
e-mail: wechta@amu.edu.pl

Koncepcja bezinteresowności ekonomicznej Talcotta Parsonsa

Talcott Parsons' concept of economic disinterestedness

The task of the paper is to analyze Talcott Parsons' concept of economic disinterestedness, which the classical American sociologist introduced at an early stage of his work. It is aimed at economic orthodoxy, whose permanent foundation is the still vital figure of *homo oeconomicus*. The concept of disinterestedness is about crossing the limits of one's own advantage in economic activities. When justifying the concept, Parsons refers to Alfred Marshall and his concept of a "gentleman of the world of free industry and entrepreneurship" and Max Weber's concept of the "spirit of capitalism". According to Parsons, the embodiment of disinterestedness in advanced capitalism should become a specific type of bureaucracy.

Keywords: disinterestedness, ethics, bureaucracy

JEL Classification: A14

1. Wprowadzenie

„Kto dziś czyta Spencera?”. Tym pytaniem Talcott Parsons otwiera swoje dzieło *The Structure of Social Action* (1968, s. 3). Dla amerykańskiego socjologa Herbert Spencer jest reprezentantem skrajnego indywidualizmu w myśleniu o społeczeństwie. Parsons, ogłaszając śmierć idei angielskiego filozofa i socjologa, odrzuca wiarę w istnienie samoregulującego się mechanizmu gospodarczego, w którym

dążenie do własnej korzyści służy najlepszemu zaspokojeniu potrzeb wszystkich. Dla autora wydanego po raz pierwszy w roku 1937 dzieła, świadka wielkiego kryzysu i wysiłków w jego przewyciężaniu w postaci polityki *New Deal*, opieranie systemu gospodarczego na tym rzekomo samoregulującym się mechanizmie jest ograniczeniem, a nie podstawą rozwoju gospodarczego.

Obecnie przekonanie to nie jest jednak powszechnie akceptowane. Pogłoski o śmierci *homo oeconomicus*, który stał się symbolem dążenia do własnej korzyści w działaniach gospodarczych, są mocno przesadzone. Wprawdzie jego krytyka jest trwałym elementem dyskusji na temat kapitalizmu, przybierając na sile w okresach kryzysu gospodarczego, lecz pojawia się on w coraz nowszych odsłonach w teoriach naukowych (Dzionek-Kozłowska, 2018). *Homo oeconomicus* jest przedstawiany jako

aksjomat, aprioryczna prawda, oczywiście samo przez się twierdzenie, użyteczna fikcja, typ idealny, konstrukcja heurystyczna, niepodważalny fakt znany z codziennego doświadczenia, a także typowy dla stosunków kapitalistycznych wzorzec zachowania. (Blaug, 1995, s. 127).

W artykule przedmiotem analizy są prace Parsonsa, napisane przed powstaniem takich dzieł, jak *The Social System* (1951) czy *Economy and Society* (1956). Analogicznie jak czyni się to w stosunku do Karola Marksa, można tutaj mówić o osiągnięciach „młodego” Parsonsa, w celu wyodrębnienia w jego twórczości okresu poprzedzającego największe dokonania, jak teoria systemu społecznego, instytucji, zgeneralizowanych środków wymiany. Nie musi to oznaczać, że jest to etap mniej istotny. Właściwe młodości idealizm, optymizm poznawczy i ontologiczny razem z pewną dozą niedojrzałości mogą i w tym przypadku stać się atutem, ponieważ pozwalają (ponownie) odkryć zasoby motywacyjne i etyczne gospodarowania w kapitalizmie.

„Młody” Parsons konsekwentnie skupia się w swoich pracach na analizie przekraczania granic własnej korzyści w działaniach gospodarczych. Bezinteresowność ekonomiczna odnosi się do tych jednostek, które w instytucjonalnej strukturze gospodarki kapitalistycznej zdołają je przekroczyć. A nie muszą to być wcale przypadki rzadkie i niezwykle. Co więcej, stanowią one ważny zasób rozwoju społeczeństwa kapitalistycznego, na ogół niedostrzegany lub ignorowany przez ortodoksję ekonomiczną.

2. Ortodoksja ekonomiczna i jej wrogowie

Według Talcotta Parsonsa ortodoksja myślenia ekonomicznego stanowi pewien główny i trwały trend obecny w ekonomii klasycznej czy szkołach marginalistycznych. Charakterystyczne jest dla niej założenie, że własna korzyść (*self-interest*) jednostki stanowi ostateczny cel podejmowanego przez nią działania gospodarczego. W dążeniu do realizowania własnych korzyści amerykański socjolog dostrzega jednak – co stanowi sedno jego krytyki – ograniczenie ludzkiej aktywno-

ści. Własna korzyść staje się granicą dla działań ekonomicznych. Możliwość przekraczania narzucanych tym dążeniem ograniczeń wyznacza przedmiot analizy zawartej w koncepcji określonej mianem bezinteresowności. Odpowiedź na pytanie o cel działań ekonomicznych rozdziela ortodoksję ekonomiczną od stanowiska Parsonsa.

Parsons wyróżnia korzeń, z którego wyrasta ortodoksyjny sposób podejścia do zjawisk ekonomicznych. To utylitaryzm. W teorii ekonomicznej zaowocował on spopularyzowaniem pojęcia użyteczności. Amerykański socjolog przyjmuje, że podstawowa zasada typu idealnego ortodoksyjnej teorii ekonomii głosi, iż nauka ekonomiczna koncentruje się przede wszystkim na procesach, poprzez które żyjące w społeczeństwie jednostki zabezpieczają środki zaspokojenia indywidualnych potrzeb. Własna korzyść jednostki oznacza dążenie do maksymalizacji ich zaspokojenia, wyznaczając tym samym ostateczny cel działań gospodarczych, określane mianem maksymalizacji użyteczności.

Według Parsonsa w ortodoksyjnej teorii ekonomicznej bierze się pod uwagę trzy podstawowe typy warunków, w których jednostki powiązane społecznie maksymalizują użyteczność. Pierwszy to konkurencja. Każda z jednostek pracuje na rzecz zaspokojenia swoich potrzeb przy danym układzie czynników rynkowych i produkcyjnych, którego jednak nie jest w stanie zmienić w sposób zamierzony. Drugi to monopol, w którym istnieje możliwość ich zmiany. Natomiast trzeci to kolektywizm (*collectivism*). W tym przypadku społeczeństwo jest w sposób zamierzony organizowane i centralnie kontrolowane w celu zdobycia środków zaspokojenia potrzeb (Parsons, 1991a, s. 184). Wymiana i jej zasadniczy środek, czyli pieniądź przekształcają maksymalizację zaspokojenia potrzeb w maksymalizację dochodu pieniężnego. Dzięki temu ekonomia, jak twierdzi Parsons, jako jedyna nauka społeczna automatycznie uzyskuje możliwość ilościowej analizy przedmiotu swoich badań (1991a, s. 184).

Kolejnym czynnikiem, który modyfikuje sposoby osiągania korzyści własnych przez jednostki żyjące w społeczeństwie, jest podział własności. Ortodoksyjna teoria ekonomii uwzględnia, że cel wspólnoty, jakim jest produkcja dóbr i usług przez jednostki, jest traktowany jako bezpośredniego celu jednostki z procesem produkcyjnym jako celem wspólnoty. Według Parsonsa rozwiązaniem wysuwany przez ortodoksyjną teorię ekonomii jest podporządkowanie maksymalizacji zaspokojenia potrzeb istniejącemu w danym społeczeństwie podziałowi własności. Pociąga on za sobą określony podział dochodów wynikający z zastosowania czynników produkcji przez ich właścicieli czy dysponentów (1991a, s. 184).

Ponadto czynnikiem modyfikującym maksymalizację zaspokojenia potrzeb przez jednostki, który uwzględnia ortodoksja ekonomiczna, jest podział pracy. Jeżeli założyć, że podstawą działań gospodarczych jest konkurencyjny indywidualizm, to wówczas każdy przypadek kooperacji dla wspólnego celu stanowi element monopolu. Ale, jak zauważa Parsons, w teorii ekonomii uczyniono wyjątek, uznając rodzinę, a nie indywidualum, za jednostkę procesu konsumpcji (1991a, s. 185).

Konkurencyjny indywidualizm został porzucony przez teorię ekonomiczną na rzecz jednostki produkcyjnej, którą stanowi złożona organizacja współpracują-

cych indywidualów. Nowoczesna korporacja stała się antytezą samotnego Indianina polującego na jelenia, który dla Johna Locke'a był punktem wyjścia badań (Parsons, 1991a, s. 185).

Własna korzyść jako maksymalizacja zaspokojenia indywidualnych potrzeb uległa zmodyfikowaniu, przyjmując formę maksymalizacji dochodu pieniężnego w warunkach podziału własności i pracy.

Z pojęciem własnej korzyści wiąże się zagadnienie motywacji aktywności gospodarczej. Według Parsonsa teoria ekonomiczna w przeważającej części rozwinęła się w ramach myśli utilitarnej, co zaowocowało tym, że w trwały sposób została ona związana z ideą głoszącą, iż ludzka motywacja ma głównie charakter egoistyczny. Zasada racjonalnego dążenia do własnej korzyści była tak szeroko stosowana, że egoizm stał się istotą podejścia ekonomistów do ludzkiego działania. Tendencja ta uległa wzmocnieniu pod wpływem psychologicznego hedonizmu. Jednolitość zachowań zostaje w nim sprowadzona do ludzkiej skłonności do dążenia do przyjemności. Wpisuje ona w działanie jednostki obojętność na dobro innych. Egoizm zostaje ściśle powiązany z postulatem racjonalności działań (Parsons, 1968, s. 161–162).

Według Parsonsa podejście ortodoksyjne redukuje społeczeństwo do jednostek i grup o określonych potrzebach (1991a, s. 183). Trwałym fundamentem działań gospodarczych czyni użyteczność i egoizm. Uznanie, że jedynie one nimi kierują, prowadzi do wyrugowania z analizy ekonomistów ortodoksyjnych aktywnych, twórczych elementów w procesie gospodarowania. Ortodoksja ekonomiczna neguje założenie, że jednostki czy grupy mogą integrować się wokół wspólnie podzielanych celów ostatecznych. Prowadzi to do atomizmu w postrzeganiu życia społecznego, sprowadzając go do chaosu, jaki panuje między walczącymi z sobą jednostkami (Camic, 1991, s. LVII). Można wprowadzić wyobrazić sobie społeczeństwo składające się z mnogości jednostek powiązanych i traktujących siebie nawzajem jedynie jako środek lub przeszkodę dla własnych celów, ale jego istnienie – jak twierdzi Parsons – nie jest empirycznie możliwe. Brakuje w nim bowiem czynnika, który będzie spajał życie społeczne. Parsons (1991b, s. 156–158) odrzuca założenie o „mechanicznym” uzgadnianiu celów indywidualnych zgodnie z koncepcją oświeconej korzyści własnej (*enlightened self-interest*) obecną na przykład w filozofii Johna Locke'a i Adama Smitha. Skłania ona każdą jednostkę do postrzegania własnej korzyści jako powiązanej z korzyścią całego systemu, niewywołującej w nim żadnej szkody. Parsons przeciwstawia się tej tezie, którą przypisuje teoriom czystego indywidualizmu. Utrzymują one, że wzajemne świadczenia między jednostkami są w całości produktem ubocznym ich oświeconej korzyści własnej, która polega na tym, że potrzeby i pragnienia innych są środkiem do osiągnięcia własnych celów. Według Parsonsa społeczeństwo oparte jedynie na powiązaniu interesów jednostek nigdy nie istniało. Co więcej, społeczeństwo zależy zawsze w większym lub mniejszym stopniu od bezinteresownego wykonywania świadczeń i utrzymywania w tym celu szczególnych sankcji etycznych (1991c, s. 47).

W twórczości Parsonsa odnaleźć można radykalne wypowiedzi, gdy stwierdza wręcz, że każda konkretna motywacja działań wymaga elementów, których

nie można adekwatnie rozpatrywać w ramach teorii ekonomicznej. Analiza ekonomiczna poprzestaje na badaniu motywacji jedynie jako środka, nie biorąc pod uwagę ostatecznych celów działania, na przykład ich egoistycznego czy altruistycznego charakteru (1991d, s. 275).

Swoimi sprzymierzeńcami w walce z ortodoksją ekonomiczną Parsons czyni między innymi Alfreda Marshalla i Maksa Webera. Jak twierdzi amerykański socjolog, Marshall zdecydowanie wyszedł poza utylitarno-hedonistyczną tendencję, właściwą dla tradycyjnej myśli ekonomicznej, uwypuklenia egoizmu w gospodarczych działaniach jednostki (Parsons, 1968, s. 163).

Dzieło *Principles of Economics* Marshalla otwiera następująca definicja:

Ekonomia polityczna lub ekonomika jest studium rodzaju ludzkiego w jego codziennych sprawach życiowych; bada ona tę część działań indywidualnych i społecznych, która jest najściślej związana ze zdobywaniem i użytkowaniem materialnych rekwizytów dobrobytu. (Marshall, 1947/1920, s. 1, tłum. za Dzionek-Kozłowska, 2007, s. 33)

Parsons podkreśla znaczenie dalszego wywodu Marshalla, w którym uznaje on, że ekonomia jest „z jednej strony badaniem bogactwa”, z drugiej „znacznie ważniejszej strony jest częścią studiów nad człowiekiem”. Oprócz idei religijnych, ludzki charakter w największym stopniu kształtują codzienna praca i zasoby materialne. Parsons wyprowadza z powyższych wywodów wniosek, że studia nad mechanizmem zaspokojenia potrzeb, które stanowią podstawowy przedmiot ekonomii marginalistycznej, tworzą jedynie część, i to mniej istotną, ekonomii Marshalla (Parsons, 1968, s. 134–135; Dzionek-Kozłowska, 2007, s. 33).

Za zasadniczą cechę Weberowskiego ducha kapitalizmu Parsons uznaje z kolei brak jakichkolwiek związków z hedonizmem i utylitaryzmem. Z punktu widzenia stanowiska hedonistycznego duch kapitalizmu jest wręcz całkowicie irracjonalny (Parsons, 1991e, s. 28). Dla Webera natomiast irracjonalnym popędem jest nieograniczona żądza zysku. Popęd do zarobku, do zdobycia pieniędzy, do możliwie wysokiego zysku finansowego nie ma jako taki nic wspólnego z kapitalizmem. Nieograniczona żądza zarobku nie jest w najmniejszym stopniu równoznaczna z kapitalizmem ani też z jego „duchem”. Przeciwnie, kapitalizm może oznaczać jej poskromienie, a przynajmniej racjonalne ograniczenie (Weber, 1995, s. 73–74).

Koncepcja bezinteresowności nie służy jednak wyrugowaniu z analizy działań gospodarczych dążenia do własnej korzyści. Swoim zakresem obejmuje natomiast możliwość przekraczania granic interesów prywatnych przez działające jednostki. W podejściu Parsonsa przejawia się wieloznaczność pojęcia ortodoksji. Z jednej strony dobrze oddaje ono specyfikę głównego nurtu ekonomii w stosunku do innych nauk społecznych. Jest stosowane na oznaczenie poglądów uważanych za słuszne, które nie mogą być przedmiotem uzupełnienia czy wzbogacenia. W tym znaczeniu można mówić o ortodoksji ekonomicznej czy ortodoksji marksistowskiej. Termin ten posiada jednak szlachetniejszy, pierwotniejszy sens. Dla Greków oznaczał on opinię prawdziwą, słuszną, właściwą (Kozyr-Kowalski, 1990, s. 197–213). Korzyść własna jest prawdziwym motywem działalności go-

spodarczej. Parsons nie odrzuca tego założenia, w swojej analizie skupia się natomiast na poszukiwaniu dowodów, że nie jest ona motywem jedynym. Odnajduje je między innymi w teoriach Alfreda Marshalla i Maksa Webera. W koncepcjach rycerskości gospodarczej czy ducha kapitalizmu autorzy ci wykraczają poza perspektywę utylitarną i hedonistyczną w ujmowaniu działań gospodarczych.

3. Dżentelmeni i purytanie

Przeciwko ortodoksji ekonomicznej Parsons kieruje swoją koncepcję bezinteresowności (*disinterestedness*). Amerykański socjolog konsekwentnie stosuje ją w całej swojej twórczości. Do czego prowadzi bezinteresowność w działaniach gospodarczych? Najogólniej rzecz ujmując, do przekraczania granic własnej korzyści przez podejmujące je jednostki. Proces ten w ujęciu Parsonsa dotyczy wielu wymiarów działania gospodarczego. Można go analizować ze względu na:

- (1) cel działania gospodarczego;
- (2) motywację działania gospodarczego;
- (3) racjonalność działania gospodarczego.

Bohaterem, który zdołał przezwyciężyć naturę *homo oeconomicus*, jest opisywany przez Alfreda Marshalla dżentelmen świata wolnego przemysłu i przedsiębiorczości, kierujący się w działaniach rycerskością gospodarczą. Cechuje go „bezinteresowne poświęcenie działalności produkcyjnej dla niej samej, bez innych ukrytych motywów”. Jego działalność nie może być rozpatrywana jedynie jako środek dla osiągnięcia prywatnych celów (Parsons, 1968, s. 163).

Bezinteresowność to cecha przypisywana przez Parsonsa również działaniom gospodarczym podejmowanym przez purytanów, których rolę w kształtowaniu osobliwej dla kultury Zachodu etyki gospodarczej, określanej mianem ducha kapitalizmu, analizuje Max Weber. Ich celem jest zdobycie zysku, lecz nie po to, aby czerpać przyjemność z jego wydawania. Według Parsonsa duch kapitalizmu jest przeciwieństwem dążenia do własnej korzyści rozumianej jako środek osobistej satysfakcji. Zarabianie staje się etycznym obowiązkiem (1991f, s. 62).

Jaki jest cel działań gospodarczych? *Homo oeconomicus* dąży do zaspokojenia potrzeb, ale cele działań gospodarczych mogą być znacznie szersze. Istnieją zresztą różne typy potrzeb, które pociągają za sobą różne skutki w życiu gospodarczym. Mogą być to „potrzeby, które wywołują działania”. Alfred Marshall zalicza do nich potrzeby biologiczne. Kierują one człowiekiem na niższych stadiach rozwoju. Jak zauważa Parsons, już na współczesnym mu etapie rozwoju gospodarczego potrzeby biologiczne mają niewielki wpływ na efektywny popyt na przykład na ubrania czy domy. Dla wyjaśnienia ludzkich działań są one niewystarczające. Znacznie istotniejsze dla rozwoju ludzkości są „potrzeby dostosowane do działań”. To one stanowią właściwy cel gospodarczych działań dżentelmena. Zapewniają standard życia, którego oznakami są wzrost ludzkiej inteligencji, energii oraz szacunku do samego siebie. W teorii Marshalla kwestia zaspokojenia potrzeb wykracza poza ujęcie utylitarne, staje się natomiast zagadnieniem etycz-

nym. Potrzeby mogą być również „sztuczne” i „prostacskie”. Składają się one wówczas na komfort życia. Dla Marshalla ich przykładem są „rozwiązłe kaprysy mody”. Traktuje je jako zachcianki, którym brakuje trwałego zakorzenienia w życiu (Parsons, 1968, s. 139–141).

Cele działań gospodarczych nie muszą jednak kończyć się na zaspokojeniu potrzeb. Poza użyteczność wykracza formowanie szlachetnych cech ludzkiego charakteru. Wiara Marshalla w wartości absolutne i przyczynowy związek cech charakteru z działaniami, które je rozwijają i wyrażają, spowodowała, że jego ekonomia stała się nie tylko badaniem bogactwa, ale również studium nad człowiekiem. Parsons uznaje tego typu podejście za przeciwwagę dla ekonomii użyteczności. Sprowadzenie całego porządku gospodarczego do mechanizmu zaspokojenia potrzeb oznacza, że działania, jak i ludzkie cechy, które się w nich przejawiają, nie są celem, ale jedynie środkiem. W ujęciu Marshalla rozwój charakteru jako cel ludzkiego życia kieruje działaniami gospodarczymi (Parsons, 1968, s. 135–138). Ostatecznie umożliwiają one człowiekowi gospodarującemu osiągnięcie ideału dżentelmena. Jego szlachetność w porównaniu z *homo oeconomicus* polega na wykazywaniu energii, inicjatywy, przedsiębiorczości z jednej strony, z drugiej zaś na racjonalności, oszczędności, pracowitości, honorze w interesach. Ponadto dba on o „szlachetną fabrykę życia społecznego”, jaką stanowi rodzina.

Jednak nie każdy rodzaj posunięć gospodarczych prowadzi do formowania cech szlachetnych. Dostosowanie działań jedynie do danych potrzeb prowadzi do lenistwa, marnotrawnej stagnacji, niewolniczego podporządkowania zwyczajowi, braku ambicji. Z kolei dążenie do zaspokojenia potrzeb sztucznych kształtuje takie cechy, jak zbytkowność, ostentacja, marnotrawstwo, nierzetelność. Parsons podkreśla fakt, że Marshall krytykuje bogacenie się dla samego bogacenia, potępia zjawisko nazwane później przez Thorsteina Veblena konsumpcją na pokaz. W *Zasadach ekonomii* angielski ekonomista stwierdza:

[...] byłoby korzystne, gdyby moralna presja społeczna mogła skłonić ludzi do zaniechania wszelkiego typu ostentacyjnego okazywania indywidualnego bogactwa. (Marshall, 1947/1920, s. 136, tłum. za Dzionek-Kozłowska, 2007, s. 300)

Znacznie dalej cel swojego działania gospodarczego wyznacza purytanin – jest nim zbawienie. Dla purytanina działania gospodarcze stanowią formę ascezy religijnej, praktykowanej w codziennym życiu. Weber określa ją mianem ascezy wewnątrz świata i traktuje jako przeciwieństwo ascezy odrzucającej świat. Cel działań gospodarczych podejmowanych przez purytanów ma sens religijny, ale również świeckie znaczenie. Na jednym końcu skali człowiek jest instrumentem bożej woli, na drugim zaś jako przedsiębiorca i robotnik staje się narzędziem produkcji dóbr ekonomicznych (Parsons, 1991e, s. 31).

Parsons przeciwstawia ujęcie Webera, który podkreśla znaczenie ascetyzmu w życiu gospodarczym, podejściu ortodoksyjnemu, sprowadzającemu wyjaśnienie aktywności gospodarczej jedynie do „naturalnych”, instynktownych lub hedonistycznych tendencji ludzkiego zachowania. O ile ortodoksja ekonomiczna reduku-

je potrzeby do maksymalizacji użyteczności, czyniąc z niej ostateczny cel działania, o tyle w analizie Webera Parsons dostrzega istotną zmianę: to określone wartości stają się potrzebami. Wartości religijne prowadzą purytanina do rozwijania cnót gospodarczych (1991g, s. 71). W wymiarze „doczesnym” to one stają się celem działań gospodarczych, celem samym w sobie. Cnoty purytanina w życiu gospodarczym obejmują: pracowitość, dotrzymywanie zobowiązań, unikanie karczemny, hazardu, rozpusty, rzetelność, uczciwość w transakcjach handlowych, warunkującą zaufanie i kredyt w kontaktach gospodarczych (Kozyr-Kowalski, 1967, s. 232).

Między cnotliwością purytanina a szlachetnością dżentelmena istnieje spora zbieżność. Dla *homo oeconomicus* są one jednak niedostępne.

Co motywuje działania gospodarcze? Podejście utylitarno-hedonistyczne mocno uwypukla egoizm. Pomija natomiast inne elementy motywujące zachowania gospodarcze, które Parsons określa jako altruistyczne. Sporo zawiera ich teoria Marshalla. Parsons pieczołowicie przywołuje jego wypowiedzi, w których angielski ekonomista uznaje dążenie człowieka do zachowań zgodnych z własnym sumieniem i do uzyskania szacunku wśród innych za pierwszorzędną siłę ekonomiczną. Człowiek w coraz większym stopniu bierze pod uwagę przyszłość, ma więcej samokontroli, jest bardziej rozważny, a mniej samolubny (Parsons, 1968, s. 162–163).

Co więcej, egoistyczna motywacja działań gospodarczych często traci moc. Parsons ilustruje to na przykładzie Marshallowskiej analizy podaży pracy. U jej podstaw leży założenie, że wzrost wynagrodzenia wywołuje bezpośrednio wzrost wydajności pracy. Według Marshalla wzrost płacy wśród „bardziej niedouczonej i flegmatycznej ras i jednostek” skłoni je do mniejszej efektywności pracy, służy ona bowiem im jedynie do zaspokojenia potrzeb, do których przywykły. W ich przypadku pojawia się punkt zrównania przyjemności i przykrości wskazywany w koncepcjach hedonistycznych, który wyznacza granicę ich gospodarczego egoizmu. Z drugiej strony tych, których „umysłowy horyzont jest szerszy”, i którzy wykazują „twardość i elastyczność charakteru”, wzrost płacy skłania do dłuższej i cięższej pracy. Ich motywem nie jest egoizm prowadzący do zaspokojenia potrzeb, ale dążenie do podniesienia standardu życia, który wymaga wytworzenia nowych potrzeb przez nowe działania. Znamienna jest opinia Parsonsa, który głosi, że dla Marshalla przedsięwzięcie gospodarcze stwarza zasadniczą możliwość wykształcenia najszlachetniejszych cech ludzkiego charakteru. Bogactwo nabywane w tym procesie nie jest celem, ale raczej produktem ubocznym (Parsons, 1968, s. 142–143). Analogicznie motywację wykraczającą poza egoizm Parsons wyróżnia w Marshallowskiej analizie podaży kapitału i motywów oszczędzania. Wzrost stopy procentowej oferowanej za kapitał wywołuje wzrost rozmiarów oszczędzania. Zależności tej nie można jednak wyjaśnić, opierając się wyłącznie na założeniu, które Parsons określa jako hedonistyczne dążenia do zdobycia dóbr w przyszłości. W teorii Marshalla motywacja do oszczędzania jest bardzo złożona i wielką rolę odgrywa w niej wzgląd na innych, a zwłaszcza uczucia rodzinne. Reakcję na wzrost stopy procentowej tłumaczy Parsons również racjonalnością podmiotów gospodarujących, której Marshall nigdy nie negował.

Jedną z jej właściwości, która rozwija się wraz ze wzrostem standardu życia, jest antycypowanie przyszłości, liczenie się z coraz to nowymi potrzebami, które mogą zostać wytworzone przez przyszłe działania (Parsons, 1968, s. 146).

Marshallowski dżentelmen świata wolnego przemysłu i przedsiębiorczości wykracza poza motywację egoistyczną właściwą dla *homo oeconomicus*. Kieruje nim rycerskość gospodarza. Zdaniem Joanny Dzionek-Kozłowskiej jest ona ukoronowaniem rozważań angielskiego ekonomisty na temat pożądanego kierunku rozwoju ludzkości (2007, s. 313). Symbolicznego wymiaru nabiera fakt, że Marshall przedstawił ją u kresu swojej kariery akademickiej.

Dla ryercza biznesu podstawowym motywem jest „pragnienie pokonania trudności, zdobycie uznania i przywództwa”. Czerpie on radość z czynienia rzeczy szlachetnych i trudnych, gardzi łatwymi zwycięstwami, cieszy się, gdy może pomóc tym, którzy tego potrzebują. Bogactwo jest dla niego znakiem sukcesu osiągniętego w działaniu, a nie celem samym w sobie. Odniesiony na polu gospodarczym sukces jest dowodem rzeczywistego przywództwa, jeśli, jak zauważa Marshall (1925), działalność nie jest oparta na oszustwie, wrogim niszczeniu rywali czy gnębieniu pracowników. Z tego względu rycerskość gospodarza wyklucza dwa typy zachowań. Pierwszy to zdobycie bogactwa za pomocą „nieczystych” środków. Drugi ma w dużej mierze charakter rutynowy i polega na stałym przystosowywaniu się do okoliczności.

Moc ryercza biznesu opiera się przede wszystkim na własnej silnej woli. Przywódca gospodarczy potrafi stale zmieniać swoją wizję, kształtować ją tak, aby osiągnąć zamierzony cel. Jego wyobrażenia zagrażają zastanemu porządkowi, dlatego zazwyczaj nie uzyskuje on wsparcia ze strony innych. Warto w tym miejscu zauważyć, że pod tym względem analiza Marshalla znalazła kontynuację w teorii Josepha Schumpetera (1928; 1960).

Praca na własne ryzyko pozwala ryerczowi biznesu na pełną wolność w wykorzystywaniu własnej energii. Marshall zajmuje krytyczne stanowisko względem biurokracji. Dla człowieka interesu struktura biurokratyczna stanowi zagrożenie jego wolności. Wpływ biurokracji na ograniczenie wolności działań gospodarczych można obserwować w przedsięwzięciach zakładanych przez rząd, spółkach akcyjnych i trustach. Według Marshalla biurokracja nie może stać się alternatywą dla przywództwa i eksperymentów gospodarczych przeprowadzanych na własne ryzyko. Za głównego wroga rycerskości gospodarczej Marshall uznaje jednak kolektywizm (1925; 1932, s. 668–672). Jego wyznawcy domagają się przekazania państwu własności i zarządzania ziemią, maszynami i innymi czynnikami produkcji. Jednym z problemów, których nie można rozwiązać w ramach kolektywizmu, jest zapanowanie nad uczuciem zazdrości, stanowiącym ważną siłą motywującą zachowanie przeciętnego człowieka. Członkom kolektywu towarzyszy przekonanie, że inni otrzymują więcej niż oni za swój wkład ciężkiej i nieprzyjemnej pracy lub że inni otrzymują więcej niż wymaga tego komfort życia. Ich niezadowolenie nie znajduje ujścia na skutek ograniczenia wolności przemieszczania się w strukturze gospodarczej, do czego prowadzi kolektywizm. Rozważania Marshalla w dużej mierze dotyczą zjawiska, które współcześnie określa się mianem „jazdy

na gapę” i dla którego wciąż poszukuje się rozwiązania. Rycerskość gospodarcza wymiera w organizacjach kolektywistycznych.

Odmianą rycerskości gospodarczej jest rycerskość bogactwa. Motywuje ona ludzi bogatych do podejmowania działań, które wymagają wysokich zdolności i odpowiedzialności, lecz nie wiążą się z nimi wysokie dochody. Przepływ wielkich pieniędzy przez ich ręce nie budzi takich pokus, jak w przypadku ludzi ubogich. Według Marshalla pozostawienie bogactwa wyłącznie krewnym jest czynem niehonorowym. Dziedziczenie niszczy bowiem ich charakter, pozwalając na to, aby od dzieciństwa spełniali każdą swoją zachciankę. Człowiek bogaty może łagodzić cierpienia tych, którzy nie ze swojej winy nie dają sobie rady (Marshall, 1925, s. 323–346).

Rycerskość gospodarczą dżentelmena można traktować jako dążenie do zachowania w warunkach społeczeństwa kapitalistycznego chociaż części etosu rycerskiego. Według Dzionek-Kozłowskiej (2007, s. 315) normatywny wzorzec osobowy stworzony przez Marshalla stanowi krok w kierunku uwypuklenia i rozwinięcia wzorca moralnego powszechnie aprobowanego w jego epoce i kraju (cf. Dzionek-Kozłowska & Matera, 2015, s. 43–45).

Dla purytanów siłą pozytywnie motywującą działania gospodarcze stanowi boże powołanie. Przełamuje ono negatywną motywację do pracy. Nie jest ona traktowana jako klątwa Adama, kara za grzech pierworodny. Ponadto przestaje być postrzegana jedynie jako technika służąca do walki z pokusami ciała. Praca zgodna z powołaniem stanowi pierwszy obowiązek człowieka posłusznego bożej woli.

Motywująca moc powołania polega również na tym, że skłania ono do przekroczenia granicy, której nie pokonałby człowiek kierujący się czystym hedonizmem. W jego działaniach pojawia się punkt krytyczny, gdzie dalszy wysiłek i związana z nim przykrość zrównują się z kolejnym przyrostem satysfakcji, prowadząc do zaprzestania dalszej pracy i zadowolenia się już osiągniętymi wynikami. Purytanin czuje się natomiast zobowiązany do ciągłego kontrolowania stanu łaski, co utwierdza go w przekonaniu, że jest człowiekiem predestynowanym przez Boga do zbawienia. Powodzenie w ziemskim powołaniu powiększa stan jego pewności, że jest bożym wybrańcem. Dla prawdziwego wyznawcy praca przestaje stanowić przykrą konieczność, której musi się podporządkować, oznacza natomiast najlepszy sposób realizacji jego religijnych interesów. Powołanie purytanina pozwala przezwyciężyć próżniactwo i niedostatek umiejętności zawodowych, których żadną miarą nie można usprawiedliwić. Purytanizm nie pozostawia miejsca dla żebractwa i jałmużny. Zgodnie z doktryną predestynacji brak powodzenia w działaniach gospodarczych jest traktowany jako wyraz bożego potępienia (Parsons, 1968, s. 527–528).

Parsons w utylitarno-hedonistycznym nastawieniu *homo oeconomicus* dostrzega nie tyle siłą motywującą do działań gospodarczych, co skłaniającą do ograniczenia ich zakresu. Sprzyja ono utrzymaniu postawy, którą Weber określa mianem tradycjonalizmu. Według Parsonsa redukuje ona dążenie do zysku do poziomu nasycenia potrzeb, orientuje działalność zarobkową na zapewnienie stałego standardu życia. Tradycyjną postawą nie jest dążenie do cięższej pracy, gdy istnieje możliwość zwiększenia wynagrodzenia, lecz zmniejszenie wysiłku,

by zarobić dotychczas uzyskiwaną kwotę. Reinhard Bendix, autor wpływowej pracy *Max Weber. Portret uczonego* (1975), ten aspekt tradycjonalizmu ekonomicznego wyraża zasadą: „sam żyj i daj żyć innym”. Może on cechować zachowanie robotnika, gdy woli on mniej pracować niż więcej zarabiać, gdy w godzinach pracy szuka maksymalnej wygody lub minimum wysiłku, gdy nie umie lub nie chce przystosować się do nowych metod pracy. Według Bendiksa stanowi on właściwość działań przedsiębiorcy wtedy, gdy produkuje on zróżnicowane, a nie standardowe artykuły, przeznacza na pracę umiarkowaną część dnia, pracuje powoli, wystarczają mu zarobki umożliwiające wygodne życie, gdy wreszcie jego stosunki z pracownikami, klientami i konkurentami mają bezpośredni i osobisty charakter (1975, s. 52).

Według Parsonsa przełamywanie tradycjonalizmu ma jeszcze jeden aspekt. Polega on na zerwaniu z pokoleniowym przekazywaniem sposobów gospodarowania. Liczy się jedynie cel ostateczny, maksymalizacja zarobku, zaś poszczególne środki są wybierane w zależności od wymagań danej sytuacji (1968, s. 513–515).

Na czym polega racjonalność działań gospodarczych? Parsons sprowadza ją do kwestii zarządzania (*command over*) środkami zaspokojenia potrzeb (1968, s. 162). W podejściu utylitarno-hedonistycznym postulat racjonalności stanowi podstawowe założenie w badaniu procesu nabywania pożądaných dóbr i świadczeń. Ale według Parsonsa ogranicza się go do zasady zaspokojenia potrzeb najmniejszym możliwym wysiłkiem. Racjonalność działań zostaje utożsamiona z egoizmem jednostki. Charakter ostatecznych celów, dla których środki te mają zostać użyte, jest całkowicie obojętny. A przecież, o ile normy zachowania gospodarczego mogą pozostawać takie same, płynące z niego dochody mogą służyć zarówno zaspokojeniu zachcianek, jak i pomocy dla biednych.

W teorii Marshalla Parsonsa dostrzega próbę wyjścia poza utylitarno-hedonistyczny sposób pojmowania racjonalności działań gospodarczych. Dla dżentelmena świata wolnego przemysłu i przedsiębiorczości racjonalność staje się etycznym zobowiązaniem. Wyłaniają się sposoby gospodarowania nieosiągalne dla *homo oeconomicus*. Racjonalność prowadzi do starannej, systematycznej administracji zasobami i zdolnościami, liczenia się z wymaganiami, jakie mogą pojawić się w przyszłości, ostrożnej regulacji konsumpcji i zwyczajów życiowych w celu dostosowania ich do wydajności produkcyjnej. Ta ostatnia jest produktem ubocznym, a nie przyczyną wyłonienia się racjonalności w działaniach gospodarczych. Według Parsonsa Marshall nie tylko oddziela egoizm od racjonalności. Wraz ze wzrostem tej ostatniej człowiek staje się mniej egoistyczny (Parsons, 1968, s. 161–164).

Znacznie radykalniej racjonalność gospodarczą przekształca purytanin. Według Parsonsa z hedonistycznego punktu widzenia jego racjonalność ekonomiczna jest niezrozumiała. Irracjonalny jest ascetyzm kierujący jego działaniami gospodarczymi. Ale to właśnie tendencja ascetyczna powoduje, że racjonalność purytanina w działaniach gospodarczych przynosi efekt niedostępny dla *homo oeconomicus*. Dąży on do zysku, lecz nie po to, aby czerpać przyjemność z jego wydawania. Jeśli ograniczenie konsumpcji połączyć z dążeniem do zarobku, to nieuchronny praktyczny rezultat jest oczywisty: jest nim tworzenie kapitału wskutek ascetycznego przymusu oszczędzania. Pomnażanie majątku przy jednocze-

nym powstrzymywaniu się od korzystania z niego jest nie do pogodzenia z racjonalnością, którą kieruje się *homo oeconomicus* (Parsons, 1968, s. 528). Z utylitarno-hedonistycznego punktu widzenia równie irracjonalny jest stosunek purytanina do pracy. Wyklucza on możliwość przedwczesnej rezygnacji z niej. Człowiek, który nie „produkuje”, pomimo że pozwalają mu na to siły i stan zdrowia, zaniebduje swój etyczny obowiązek. „Irracjonalność” purytanina wnosi w życie gospodarcze korzyść nie do zdobycia dla *homo oeconomicus*. Osiąga się ją poprzez eliminację lub co najmniej ograniczenie postaw rentierskich.

W jeszcze jednym aspekcie racjonalność gospodarcza purytanina wykracza poza zasadę zaspokojenia potrzeb najmniejszym możliwym wysiłkiem. Poddaje on swoje działania zarobkowe surowej dyscyplinie i kontroli, przełamując impulsywne dążenie do zysku, charakterystyczne dla kapitalizmu awanturniczego (Parsons, 1968, s. 515).

Wiele dzieli purytańską ascezę od świata wolnego przemysłu i przedsiębiorczości. Purytanina i dżentelmena łączy natomiast antyrentierskie nastawienie. Stanowi ono cechę wyróżniającą racjonalność ich działań gospodarczych w stosunku do racjonalności *homo oeconomicus*.

4. Biurokracja bez „biurokracji”

Jak zachować bezinteresowność w działaniach gospodarczych, w „odczarowanym” świecie, gdzie korzenie religijne obumarły, a masowość wyrugowała rycerskość? Dla Parsonsa rozwiązaniem jest biurokracja.

Punktem wyjścia jego analizy jest Weberowska teoria biurokracji. Ale Parsons znacznie poza nią wykracza. W jego ujęciu koncepcja biurokracji stanowi narzędzie analizy rozwoju kapitalizmu. Uznaje Weberowskiego ducha kapitalizmu za szczególny przypadek ducha zawodowego, który jest niezbędny do efektywnego funkcjonowania biurokracji. Racjonalno-burżuazyjny kapitalizm, który Weber przeciwstawia kapitalizmowi awanturniczemu, jest jego zdaniem formą organizacji biurokratycznej (Parsons, 1968, s. 505, 515). Według amerykańskiego socjologa elementy, które odróżniają kapitalizm od socjalizmu, takie jak: konkurencja, własność prywatna, antagonizm klasowy między burżuazją a proletariatem, mimo że są one częścią teorii Webera, mają znaczenie drugorzędne w porównaniu z rolą biurokracji. Kapitalizm jest przede wszystkim organizacją biurokratyczną służącą zdobyciu zysku pieniężnego (Parsons, 1991e, s. 26).

Dla Parsonsa ważną cechą Weberowskiego typu biurokracji jest jej bezosobowy (*impersonal*) charakter. Bezosobowe – z punktu widzenia członków – są jej cele. Bezosobowe jest jej funkcjonowanie. Rola każdego członka biurokracji jest traktowana jako „urząd”, sprawowany w oparciu o przypisaną do niego określoną władzę, której zakres jest wyłączony spod osobistego wpływu członków biurokracji. Bezosobowość organizacji biurokratycznej odnosi się do technicznych kryteriów, które decydują o wyodrębnieniu funkcji, hierarchicznego podporządkowania władzy organowi centralnemu, wyspecjalizowanych kwalifikacji wymaganych od jej człon-

ków. Ponadto bezosobowość to cecha przypisywana przez Parsonsa wynagrodzeniu otrzymywanemu w strukturze biurokratycznej. Pensja jest przede wszystkim gwarancją poziomu życia właściwego dla danej rangi urzędowej, w mniejszym zaś stopniu nagrodą czy ekwiwalentem za poświęcenie (1968, s. 506).

W organizacji biurokratycznej bezinteresowność, w odróżnieniu od szlachetności dżentelmena czy cnotliwości purytanina, nabiera bezosobowego charakteru. Zostaje ona wpisana w system ról i oczekiwań kierowanych w stosunku do ludzi zajmujących stanowiska w jej strukturze. Parsons sprowadza bezinteresowność roli do jej orientacji na zbiorowość. Obliguje ona wówczas podmiot do realizacji wspólnych interesów zbiorowości. Są one nadrzędne w stosunku do interesów prywatnych jednostki, których dominacja jest z kolei charakterystyczna dla orientacji roli na własną osobę. Na przykład prywatnym interesem urzędnika publicznego jest powodzenie finansowe, które może brać pod uwagę przy wyborze miejsca zatrudnienia, ale oczekuje się od niego, że nie będzie się nim kierował, wydając decyzje zgodnie z wymaganiami polityki publicznej nawet wtedy, gdy są one sprzeczne z jego prywatnym interesem (2009, s. 51).

Na zbiorowość zorientowane są wolne zawody. Interes własny jednostki polega na dostosowaniu się do kodeksu instytucjonalnego obowiązującego w jej środowisku zawodowym. Jak zauważa Parsons, istotą wzoru instytucjonalnego wolnych zawodów jest ograniczenie agresywnej pogoni za własną korzyścią (1972, s. 48–73). Na przykład łamanie kodeksu zawodowego przez lekarza, nawet jeśli pozwoliłoby mu to na osiągnięcie bezpośrednich korzyści finansowych, nie leży w jego interesie. Tam, gdzie struktura instytucjonalna jest mocno zakorzeniona, postępowanie to wywołałoby ze strony jego kolegów po fachu czy pacjentów reakcję, która mogłaby zaszkodzić jego pozycji zawodowej. Orientację wolnych zawodów na zbiorowość chroni szereg ukrytych mechanizmów kontrolnych, na przykład zwyczajowe polecanie sobie pacjentów przez lekarzy prowadzących prywatną praktykę.

Nadrzędność własnej korzyści nad interesem zbiorowości wpisana jest natomiast w definicję instytucjonalną roli „dobrego” człowieka interesu. Szacowanie możliwości płatniczych klientów, konkurencja cenowa, szeroki zakres reklamy są akceptowane i dozwolone. Zyski pieniężne są bezpośrednim miernikiem powodzenia w działalności gospodarczej.

Parsons podkreśla jednak, że organizowanie w świecie biznesu korporacji o wielkiej skali działania modyfikuje sytuację. Zdobycie zysku jest celem firmy jako całości, dla jednostki liczy się przede wszystkim jej stanowisko i pensja. W strukturze biurokratycznej orientacja na zbiorowość zyskuje prymat nad orientacją na własną osobę. Według Parsonsa rozwój korporacji niweluje pod tym względem różnicę między światem biznesu a wolnymi zawodami. Stanowisko menedżerskie w firmie w dużym stopniu ma charakter powierniczy (*fiduciary*). W obu przypadkach wzór instytucjonalny roli zawodowej nakłada na jednostkę określone obowiązki i odpowiedzialność. Na ogół postępowanie zgodne z nimi leży w jej własnym interesie (1972, s. 67–68).

Parsons w eseju *Motywacja działalności gospodarczej* (1972) wyróżnia szereg elementów, które motywują jednostkę do zorientowania roli zawodowej na

zbiorowość. Stanowią one bezinteresowne elementy motywacji. Określa je ogólnym pojęciem satysfakcji. Pierwszym jej składnikiem jest „szacunek do samego siebie” (*self-respect*). Jeśli normy moralne są wbudowane w strukturę osobowości, zadowolenie jednostki zależy od stopnia, w jakim się ona do tych norm stosuje. Uzupełnieniem tego składnika bezinteresownej motywacji jest „uznanie” (*recognition*). Oznacza ono moralny szacunek osób, których opinię się ceni. Aprobata, podziw, a nawet zazdrość schlebiają jednostce i dają jej zadowolenie. Utrata szacunku tych, od których się go oczekiwało, jest jednym z najcięższych ciosów, jakie można zadać satysfakcji jednostki. Trzeci składnik jest najbardziej zbliżony do podejścia właściwego dla analizy ekonomicznej. Można go określić jako „drugą stronę” motywacji opartej na własnej korzyści. Na przykład dochody pieniężne mają znaczenie symboliczne w porównaniu z takimi wartościami, jak aprobata czy szacunek. Według Parsonsa stanowią one potrzeby istniejące niezależnie od działań, poprzez które środki do ich zaspokojenia są osiągnane. Czwarty składnik to „przyjemność” (*pleasure*). Odegrał on ważną rolę w historii myśli ekonomicznej. Przyjemność może być jednym z podstawowych celów, środkiem do osiągnięcia których jest działanie gospodarcze. Ale, jak zauważa Parsons, można jej doświadczać, po prostu wykonując czynności związane z rolami o znaczeniu gospodarczym, odczuwając ją w pracy. Może ona towarzyszyć działalności gospodarczej. Piąty składnik to postawa emocjonalna wobec innych ludzi określona mianem „uczucia” (*affection*). Wywołuje ono „odzew” (*response*) z ich strony. Jako element bezinteresowny ma on ogromne znaczenie dla sytuacji zawodowej i motywacji jednostek. Według Parsonsa ważnym motywem wykonywania „dobrej roboty” może być przyjaźń łącząca daną jednostkę ze współpracownikami (1972, s. 59–62).

Bezinteresowność biurokracji sprowadza się nie tylko do technicznego aspektu jej funkcjonowania, który Parsons określa jako jej bezosobowość. Jest ona również właściwością ról pełnionych w jej obrębie, wyrazem ich zorientowania na zbiorowość.

Parsons przeciwstawia racjonalność biurokracji tradycjonalizmowi i działaniom instynktownym. Cechują ją dalekosiężne zastosowanie nauki w produkcji i organizacji, długofalowe planowanie operacji, nastawienie na przyszłość. W organizacji biurokratycznej jednostki ostrożnie i systematycznie planują swoje życie, eliminując wszelkie działania sprzeczne z przyjętym planem (1991g, s. 70).

Pojęcie biurokracji funkcjonuje również w zgoła odmiennym niż w przyjętym przez Parsonsa znaczeniu. Jest ono wówczas synonimem niesprawności organizacji, jej marnotrawstwa, arogancji osób zajmujących stanowiska.

Wszystkich oznak degeneracji pozbawiona jest koncepcja Parsonsa, którą z tego względu można określić mianem biurokracji bez „biurokracji”. Zasluguje ona na pozytywną krytykę. „Młodemu” Parsonswi można postawić zarzut nazbyt idealistycznego czy wręcz idyllicznego podejścia do zjawiska biurokracji. Twórczość Maksa Webera, wielkiego poprzednika i źródła inspiracji dla amerykańskiego socjologa, dostarcza środków obrony stworzonej przez niego koncepcji. Ujęcie Parsonsa można bowiem traktować jako typ idealny, prawidło, do którego w większym lub mniejszym stopniu zbliżają się funkcjonujące organizacje biuro-

kratyczne. Wyróżnione przez amerykańskiego socjologa bezinteresowne elementy motywacji członków biurokracji pozwalają na ich porównanie pod względem zorientowania na zbiorowość za pomocą kategorii szacunku społecznego, poświęcenia zawodowego, integracji grupowej.

Koncepcja „młodego” Parsonsa kryje jednak pułapkę. Opisuje on formalne warunki satysfakcji zawodowej członków organizacji biurokratycznych, ale biurokracje mogą służyć różnym celom i realizować różne wartości. Poświęcenie zawodowe i szacunek społeczny to właściwości, które mogą przysługiwać technostrukturze przedsiębiorstw, rozwijającej gospodarkę i dobrostan społeczeństwa, jak i członkom organizacji biurokratycznych utrzymujących ustroje totalitarne.

Twórczość dojrzałego Parsonsa dostarcza narzędzi teoretycznych służących przewyciężeniu słabości koncepcji bezinteresowności i biurokracji. Po pierwsze należy tutaj wskazać na typologię wzorów wartości w kulturach społeczeństw, szczególnie na pary uniwersalizm–partykularyzm oraz osiągnięcie–przypisanie. Organizacje biurokratyczne funkcjonujące w społeczeństwie uniwersalistycznym osiągnięciowym mają większą szansę uniknięcia różnego typu partykularności i przypisania niż w przypadku innych układów wartości. Po drugie teoria systemu społecznego Parsonsa umożliwia bardziej pogłębioną analizę możliwości przekraczania granic korzyści własnych przez jednostki, w tym członków biurokracji, niż „młodzieńcza” koncepcja bezinteresowności. System społeczny opiera się bowiem na czterech imperatywach funkcjonalnych (AGIL), które są równorzędne i niezbędne dla jego prawidłowego działania¹. Liczy się zarówno funkcja osiągania celów i adaptacyjna, jak i, co ważne w kontekście bezinteresowności, funkcje integracyjne oraz kultuwowania wzorów i usuwania napięć. Oprócz tego koncepcja równowagi Parsonsa może stanowić narzędzie analizy realnie istniejących organizacji biurokratycznych. Szczególne znaczenie w twórczości amerykańskiego socjologa, której przedmiotem są zjawiska gospodarcze, posiada jego dzieło napisane wspólnie z Neilem J. Smelserem pod znamienym tytułem *Economy and Society. A Study in the Integration of Economic and Social Theory* (1957). Zawiera ono między innymi istotną w kontekście rozważań o biurokracji koncepcję stosunków kontraktowych w gospodarce: kontraktów inwestycyjnych i umów o pracę. Parsonsa analizuje je przy użyciu teorii systemu społecznego, uwzględniając ich odrębne wymiary zgodnie z modelem AGIL, jak również ukazując różne możliwe stany (równowagę, inflację i deflację) w wymianie między stronami kontraktów. W pracy *Strategie dochodowe różnych kategorii podmiotów na rynku*

¹ Teoria systemu społecznego Parsonsa opiera się na założeniu równowagi między podsystemami, utrzymywanej poprzez wymianę odpowiednich typów wkładów i wytworów. Według Jacka Tittenbruna źródeł tej teorii można doszukiwać się w koncepcji *input-output analysis* amerykańskiego ekonomisty rosyjskiego pochodzenia Wassily’ego Leontiefa, która z kolei genetycznie wywodzi się z tablic obrotu kapitału między działami gospodarki, skonstruowanymi przez Karola Marksa w *Kapitale*, dla której to idei jeszcze dalej idącej inspiracji można poszukiwać w tablicach ekonomicznych cenionego przez Marksa czołowego ekonomisty szkoły fizjokratycznej, François Quesnaya (Tittenbrun, 2011, s. 165). Należy również zauważyć, że Parsonsa posługuje się pojęciem niestabilnej czy też ruchomej równowagi, stosując pojęcia inflacji i deflacji w wymianie wkładów i wytworów przebiegającej w systemie społecznym, dzięki czemu jego ujęcie teoretyczne zyskuje na realizmie. Teoria systemu społecznego umożliwia analizę w wymiarze makro, tj. społeczeństwa jako całości, mezo – np. przedsiębiorstwa czy mikro – np. gospodarstwa domowego.

kapitalistycznym podejmuję opartą na teorii Parsonsa analizę relacji kontraktowych między zarządcami przedsiębiorstw a akcjonariuszami, pracownikami i konsumentami (Wechta, 2016).

5. Wnioski

Przeprowadzona przez Parsonsa krytyka postawy *homo oeconomicus* nie jest wyrazem nierzadkiej w środowiskach intelektualnych wrogości wobec kapitalizmu. Amerykański socjolog ukazuje ograniczenia, jakie niesie ona dla rozwoju gospodarczego. A jest ich całkiem sporo. *Homo oeconomicus* nie rozwinie cnót gospodarczych, które skłoniłyby go do poszukiwania nowych celów i wyzwań. Jego działania prowadzą gospodarkę do stanu, który Schumpeter (1960) określa mianem ruchu okrężnego. Egoistyczna motywacja ogranicza zakres jego aktywności. Działania gospodarcze prowadzi on w sposób tradycyjny. Sednem jego racjonalności jest zdobycie pozycji zwalniającej z konieczności wykonywania pracy. *Homo oeconomicus* chce być rentierem.

Bezinteresowność jako zdolność do przekraczania granic własnej korzyści nie zastępuje klasycznych czynników produkcji, ale może wydatnie wspomóc rozwój gospodarczy. Bezinteresowność ekonomiczna może przejawiać się w działaniach Marshallowskiego dzentelmena czy opisywanego przez Webera purytana. Dla nich dążenie do zysku jest środkiem, a nie celem. Obie postawy mają jednak charakter elitarny. Nawet jeśli pominąć ich historyczne uwarunkowanie, to ich przyjęcie wymaga przymiotów indywidualnych. Nie są one dostępne dla wszystkich.

Znacznie bardziej egalitarny charakter ma biurokracja. Bezinteresowność zostaje wpisana w rolę pełnioną w jej strukturze. Nabierają one przez to bezosobowego charakteru. Talcott Parsons w swojej analizie przekracza granice pojmowania biurokracji wyznaczone przez Maksa Webera. Amerykański socjolog odrzuca pesymizm niemieckiego uczonego w stosunku do biurokratycznej organizacji kapitalizmu, zdaniem którego nie pozostawia ona miejsca dla twórczych elementów w ludzkich działaniach.

Analiza zjawiska biurokracji to główny punkt ataku Parsonsa na ortodoksję ekonomiczną, która – jak twierdzi – z wytłumaczeniem zjawiska biurokracji po prostu sobie nie radzi (1991e, s. 37). Nie dysponuje ona odpowiednimi narzędziami. Jeśli celem biurokracji miałyby być indywidualne dążenie do własnej korzyści, to praktycznie nie mogłaby ona funkcjonować. Sprowadzenie motywacji jej członków jedynie do egoizmu prowadziłoby do rytualizmu w wykonywaniu powierzonych im ról, a zasada najmniejszego wysiłku do „jazdy na gapę”, dążenia do korzystania przez członków organizacji z dóbr bez ponoszenia kosztów ich wytwarzania. Ortodoksyjna teoria ekonomiczna, posługując się modelem racjonalnego, egoistycznego zachowania jednostki, bardziej nadaje się do badania patologii struktur organizacyjnych niż samej biurokracji.

Bibliografia

- Bendix, R. (1975). *Max Weber. Portret uczonego*. Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe.
- Blaug, M. (1995). *Metodologia ekonomii*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Camic, Ch. (1991). Introduction: Talcott Parsons before The Structure of Social Action. In Ch. Camic (Ed.), *Talcott Parsons. The early essays* (s. IX–LXIX). University of Chicago Press.
- Dzionic-Kozłowska, J. (2007). *System ekonomiczno-społeczny Alfreda Marshalla*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Dzionic-Kozłowska, J. (2018). *Model homo oeconomicus. Geneza, ewolucja, wpływ na rzeczywistość gospodarczą*. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
- Dzionic-Kozłowska, J., & Matera, R. (2015). *Ethics in economic thought. Selected issues and various perspectives*. Lodz, Krakow: Lodz University Press, Jagiellonian University Press.
- Kozyr-Kowalski, S. (1967). *Max Weber a Karol Marks. Socjologia Maxa Webera jako „pozytywna krytyka materializmu historycznego”*. Warszawa: Książka i Wiedza.
- Kozyr-Kowalski, S. (1990). Pareto jako krytyk Marksa i ideologicznego pojmowania społeczeństwa. *Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny*, 3–4, 197–213.
- Marshall, A. (1925). Social possibilities of economic chivalry. In A. C. Pigou (Ed.), *Memorials of Alfred Marshall* (s. 323–346). London: Macmillan.
- Marshall, A. (1932). *Industry and trade*. London: Macmillan.
- Marshall, A. (1947/1920). *Principles of economics*. London: Macmillan.
- Parsons, T., & Smelser, J. N. (1957). *Economy and society. A study in the integration of economic and social theory*. London: Routledge & Kegan Paul.
- Parsons, T. (1968). *The structure of social action. A study in social theory with special reference to a group of recent European writers*. New York: Free Press.
- Parsons, T. (1972). *Szkice z teorii socjologicznej*. Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe.
- Parsons, T. (1991a). Sociological elements in economic thought. In Ch. Camic (Ed.), *Talcott Parsons. The early essays* (s. 181–230). University of Chicago Press.
- Parsons, T. (1991b). Some reflection on „The Nature and Significance of Economics”. In Ch. Camic (Ed.), *Talcott Parsons. The early essays* (s. 153–180). University of Chicago Press.

- Parsons, T. (1991c). Service. In Ch. Camic (Ed.), *Talcott Parsons. The early essays* (s. 47–50). University of Chicago Press.
- Parsons, T. (1991d). On certain sociological elements in Professor Taussig's Thought. In Ch. Camic (Ed.), *Talcott Parsons. The early essays* (s. 259–278). University of Chicago Press.
- Parsons, T. (1991e). „Capitalism” in recent German literature: Sombart and Weber. In Ch. Camic (Ed.), *Talcott Parsons. The early essays* (s. 3–38). University of Chicago Press.
- Parsons, T. (1991f). H. M. Robertson on Max Weber and his school. In Ch. Camic (Ed.), *Talcott Parsons. The early essays* (s. 57–68). University of Chicago Press.
- Parsons, T. (1991g). Economics and sociology: Marshall in relation to the thought of his time. In Ch. Camic (Ed.), *Talcott Parsons. The early essays* (s. 69–94). University of Chicago Press.
- Parsons, T. (2009). *System społeczny*. Kraków: Zakład Wydawniczy „Nomos”.
- Schumpeter, J. A. (1928). The instability of capitalism. *Economic Journal*, 38(151), 361–386.
- Schumpeter, J. A. (1960). *Teoria rozwoju gospodarczego*. Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe.
- Tittenbrun, J. (2011). *Economy and society: Economic sociology revisited*. Cambridge Scholars Publishing.
- Weber, M. (1995). Osobliwości kultury zachodniej. W: M. Weber, *Szkice z socjologii religii*. Warszawa: Książka i Wiedza.
- Wechta, P. (2016). *Strategie dochodowe różnych kategorii podmiotów na rynku kapitalistycznym*. Poznań: Wydawnictwo Naukowe UAM.

Robert Rogowski

State University of Applied Sciences in Nowy Sącz

Institute of Economics

e-mail: rogowskir@wp.pl

Czy możliwa jest budowa teorii moralnej zawodności rynku?

Is it possible to build a moral theory of market failure?

Economics and ethics are practical sciences. The common research subject of both sciences is man. Economics is looking for an answer to the question of how to manage in business life. Ethics looks for the answer to the question of how to live. Because man is a person, his value brings consequences for all areas of human activity. This also applies to the market. The market is one of the foundations of economic life and is a great good for people and societies. The market is defined in different ways. It is worth comprehensively describing what the market is, emphasizing its personal character. In economics, attention is paid to market failure, understood mostly as the ineffectiveness of management (deviation from the model market, which is perfectly competitive). The negative impact of the market on society is also identified. Although moral aspects are increasingly taken into account in the concept of market failure, there is no general theory that attempts to capture market in moral aspects. Therefore, it is worth asking whether such a theory is possible. The construction of the moral theory of market failure can be a reference point to the analysis of market practices and institutional conditions from an ethical point of view.

Keywords: market, person, market failure

JEL Classification: D6

1. Wprowadzenie

Ekonomia i etyka należą do nauk praktycznych. Ich wspólnym materialnym przedmiotem badawczym jest człowiek. Ekonomia szuka odpowiedzi na pytanie, jak gospodarować efektywnie i skutecznie. Etyka szuka odpowiedzi na pytanie, jak żyć moralnie dobrze i sensownie. Łącząca je etyka życia gospodarczego poszukuje odpowiedzi na pytanie, jak gospodarować moralnie dobrze. Pytanie to w ramach podejścia mikroekonomicznego (operacyjnego) może brzmieć: jak prowadzić działalność gospodarczą, aby była ona moralnie dobra. Pytanie to w ramach podejścia makroekonomicznego (systemowego) może brzmieć: jakie powinny być ramy instytucjonalno-prawne systemu gospodarczego, aby możliwie najlepiej sprzyjały prowadzeniu działalności gospodarczej w sposób moralnie dobry.

Aby odpowiedzieć na powyższe pytania, należy najpierw zidentyfikować prawdę o osobie ludzkiej, gdyż tylko wtedy możliwe jest rozpoznanie, jakie czyny człowieka zarówno chronią go, jak i rozwijają optymalnie z punktu widzenia jego potencjalności.

Podejmując problem moralnej zawodności rynku, przyjmuję określone założenia ontologiczne i epistemologiczne. Po pierwsze zakładam, że istnieje prawda o dobru moralnym, w tym prawda o dobru moralnym w życiu gospodarczym. Po drugie przyjmuję, że prawda o dobru moralnym jest poznawalna, w tym prawda o dobru moralnym w życiu gospodarczym. Zakładam też określoną antropologię, w której wartością centralną i najwyższą w porządku naturalnym jest osoba ludzka (wartość ta nazywana jest godnością osoby ludzkiej). Jej konsekwencje praktyczne zawarte są w etyce personalistycznej (Rogowski, 2008). Rozpoznanie w człowieku osoby z jej statusem aksjologicznym rodzi konsekwencje dla wszystkich obszarów funkcjonowania ludzi, a zatem przestrzeni gospodarczej. Rynek jest jednym z fundamentów życia gospodarczego. Oparty jest, co warto zauważyć, na podstawowych prawach człowieka, takich jak prawo do własności i prawo do wolności (ma zatem wbudowany komponent moralny).

Rynek jest różnie definiowany i rozumiany: od wąskich ujęć ekonomicznych po ujęcia interdyscyplinarne, w tym także ujęcie socjologiczne (rynek jako fakt społeczny) i w konsekwencji etyczne (na rynku działają osoby). Wydaje się, że wciąż warto próbować możliwie kompleksowo zdefiniować i opisać, czym jest rynek, akcentując także jego osobowy charakter. W ekonomii zwraca się uwagę na zawodność rynku, rozumianą najczęściej jako nieefektywność gospodarowania (odbieganie od modelowego rynku doskonale konkurencyjnego). Identyfikuje się także negatywne oddziaływanie rynku na społeczeństwo. Choć w koncepcji zawodności rynku coraz częściej uwzględnia się aspekty moralne, brakuje ogólnej teorii próbującej możliwie całościowo ująć zawodność rynku w wymiarze moralnym. Dlatego warto postawić pytanie, czy taka teoria jest możliwa, a jeżeli tak, to jak ją można skonstruować. Budowa teorii moralnej zawodności rynku może stanowić punkt odniesienia do analizy konkretnych praktyk rynkowych i uwarunkowań instytucjonalnych z etycznego punktu widzenia. Tak jak w ekonomii i biznesie szuka się optymalnych z gospodarczego punktu widzenia decyzji, tak

samo w etyce i moralności są ideały, które da się mniej lub bardziej realizować, a do których bez wątplenia warto dążyć. Człowiek jest ułomny zarówno w biznesie (nieudane decyzje gospodarcze), jak i w życiu moralnym (wybory zła zamiast dobra albo raczej błędne sposoby dążenia do dobra). W życiu gospodarczym szukamy zatem prawdy o efektywnym i skutecznym działaniu (decyzji biznesowej, inwestycyjnej itp.). Konsument, uczestnicząc w rynku, stara się znaleźć i korzystać z takiej oferty, która najlepiej zaspokoi jego potrzeby. Istotną rolę odgrywa zatem informacja o dostępnych towarach i usługach. Pojawia się więc kategoria prawdy, która oprócz wymiaru czysto poznawczego ma także wymiar etyczny. Choć w świetle ekonomicznej teorii wyboru konsumenta dąży on do maksymalizacji użyteczności całkowitej konsumowanych dóbr i usług, to należy pamiętać, że człowiek ostatecznie ma przestrzeń wolności i może kierować się w swych działaniach różnymi motywami i celami. We wszystkich wyborach (nie tylko gospodarczych) znajomość prawdy pełni fundamentalną rolę, dlatego można stwierdzić, że konsument poszukuje prawdziwych informacji o najlepszym dla niego produkcie (pod względem ceny, jakości, dostępności, zadowolenia itp.). Oczywiście człowiek w ramach swej wolności może szukać optymalnej decyzji gospodarczej bez uwzględnienia aspektu etycznego, ale może także dążyć do uzyskania optimum zarówno pod względem ekonomicznym, jak i etycznym. Oznacza to również możliwość rezygnacji z działania biznesowego, które jest moralnie złe (niezależnie od efektywności gospodarczej czynu). To właśnie w obliczu trudnej sytuacji ekonomicznej weryfikowana jest prawdziwa postawa moralna człowieka.

Celem artykułu jest próba zdefiniowania pojęcia moralnej zawodności rynku. Przyjęta procedura badawcza przebiega następująco: refleksję rozpocznę od pojęcia osoby oraz pojęcia rynku, który przedstawię w szerszej niż tylko ekonomiczna perspektywie. Następnie omówię znane już z praktyki gospodarczej i literatury przedmiotu pojęcie zawodności rynku. Nie podejmuję się przy tym dogłębnej jego analizy, gdyż posiada ono bogatą literaturę. W dalszej części artykułu spróbuję scharakteryzować rynek w kategoriach dobra i zła moralnego (jako jeden z rodzajów ludzkich decyzji i czynów). Wszystkie powyższe analizy mają stanowić podłoże do próby odpowiedzi na pytanie, czy możliwa jest budowa teorii moralnej zawodności rynku. W przypadku pozytywnej odpowiedzi zaproponuję jej wstępną definicję. Zastosowana w artykule metoda badawcza to wstępna analiza wybranych dokonań ekonomistów oraz etyków odpowiednio w obszarach dotyczących rynku i jego zawodności oraz kategorii osoby jako podstawowej wartości w porządku naturalnym. Wykorzystana w artykule literatura oczywiście nie jest kompletna i zarówno teoria osoby, jak i teoria oraz dyskusja dotycząca zawodności rynku wymagają dalszych pogłębionych studiów. Chciałbym zaznaczyć, że jestem świadomy konieczności dalszej analizy wskazanych zagadnień, a niniejszy artykuł jest tego początkiem.

2. Osoba (w ekonomii)

W każdej nauce badający w jakimkolwiek aspekcie zachowania człowieka musi uwzględniać prawdę o nim (jego naturze). Prawidłowe zdefiniowanie człowieka (możliwie pełne rozpoznanie istoty człowieka) ma wymiar przede wszystkim praktyczny. Pisał o tym między innymi Max Scheler (1997, s. 150–151), według którego podstawowym zadaniem filozoficznym jest poszukiwanie istoty człowieka, stosunku do innych bytów, jego pochodzenia (początku). Stanowi to warunek poznania wiarygodnych celów badań wszystkich nauk. Dotyczy to także ekonomii, która, jeśli nie uwzględni wszystkich aspektów ludzkiej rzeczywistości, nie będzie realistyczna, gdyż zostanie skażona błędem antropologicznym. Wskazuje na to Kazimierz Sosenko, pisząc:

W gospodarce możemy zachowywać się na wzór mechanizmów, ale nie dzieje się to całkowicie poza naszą świadomością i wolą, czego świadectwem są obserwowane odstępstwa w rzeczywistym działaniu od tego, co wynika z hipotezy homo oeconomicus. Nie tylko decydujemy, że maksymalizujemy, lecz także co maksymalizujemy. Wybieramy wartości, które chcemy realizować, a to nie jest proces mechanistyczny, nawet jeśli same zależności rynkowe mają charakter konieczności logiki działania, to rola człowieka jako elementu tego mechanizmu jest uwarunkowana intencjonalnie. (1998, s. 16–17)

Pełna koncepcja człowieka obejmuje go całościowo i wskazuje na jego godność jako wartość centralną, a nawet absolutną w porządku naturalnym. Wszystkie obszary jego życia powinny być zatem budowane na fundamencie, jakim jest wartość osoby ludzkiej (Rodziński, 1998, s. 163). Godność człowieka związana jest z jego wyjątkowością: jest istotą wyposażoną w rozum, cechuje go wolność oraz zdolność rozróżnienia dobra od zła – jest istotą moralną. Godność osoby ludzkiej, będąc wartością nieporównywalną do innych bytów w porządku naturalnym, oznacza bezwzględną konieczność traktowania człowieka jako celu, nigdy jako środka. Wartość człowieka ma charakter normatywny, człowiek samym sobą nakazuje, by był traktowany jako cel wszelkiej działalności. Jak pisze Franciszek J. Mazurek:

Koncepcja człowieka ma charakter aplikacyjny, gdyż na niej opierają się koncepcje praw człowieka, państwa, ustalenia relacji między jednostką i władzą państwową, ustrojów społeczno-gospodarczych i politycznych, ustalenia relacji zachodzących między podstawowymi wartościami. (1990, s. 149)

Karol Wojtyła w dziele „Osoba i czyn” przypomina o konieczności nieustannej refleksji nad osobą, gdyż ma to

podstawowe znaczenie dla każdego człowieka i dla całej, ciągle rosnącej rodziny ludzkiej. Stała refleksja nad różnymi kierunkami rozwoju tej rodziny w aspekcie ilościowym, a równocześnie rozwoju kultury i cywilizacji – ze wszystkimi tegoż rozwojowi nierównościami i dramatami – rodzi żywą potrzebę uprawiania filozofii osoby [...]. Odkrywcą tylu tajemnic przyrody, sam musi

być nieustannie odkrywany na nowo. Wciąż pozostając w jakiejś mierze *istotą nieznaną*, wciąż się domaga nowego i coraz dojrzalszego wyrazu tej istoty. (1994, s. 69).

Trzeba wciąż na nowo zadziwiać się osobą, do której tak łatwo człowiek się „przyzwyczajają” i ją „uzwyczajnia”.

W dydaktyce ekonomii czasami brakuje postawienia pytania o istotę człowieka. Co więcej, nieraz bezdyskusyjnie i apriorycznie przyjmuje się koncepcję człowieka pojmowanego redukcjonistycznie (jako *homo oeconomicus*) bez większych i głębszych wyjaśnień. Tak się go nieraz przedstawia studentom (przynajmniej w ramach kursu mikroekonomii). Choć ekonomia jako taka nie zajmuje się poszukiwaniem odpowiedzi na pytanie o istotę człowieka (jakkolwiek zakłada katalog jego potrzeb), to nie powinna nie uwzględniać pełnej prawdy o nim (jego wymiarze duchowym, statusie aksjologicznym, społecznej naturze, wymiarze psychologicznym itd.). Ponieważ jednak ekonomia jest nauką o gospodarowaniu, a gospodarowanie jest dziełem ludzi, nie może pomijać (nie uwzględniać) osoby, jej istoty, wartości, struktury. Każdy problem ekonomiczny jest problemem człowieka (bytu mającego także wymiar moralny).

Uważam, że nauczanie każdej dyscypliny naukowej zajmującej się człowiekiem (w jakimkolwiek aspekcie) powinno zawierać w programie integralną i pełną teorię osoby ludzkiej. Niestety istnienie wielu teorii i koncepcji osoby ludzkiej, a zwłaszcza zideologizowanie nauki w tym zakresie może stanowić pewną trudność. Niemniej jednak przedstawiony postulat nauczania o człowieku jest na różne sposoby realizowany i wdrażany. Na przykład wprowadzenie zajęć z zakresu filozofii, etyki, socjologii, psychologii poszerza poznanie złożonej natury ludzkiej. Również w samej ekonomii mamy próby jej łączenia z innymi dyscyplinami (np. ekonomia behawioralna, ekonomia szczęścia), jak i przykłady odwrotne, tj. łączenie innych dyscyplin z ekonomią (np. psychologia ekonomiczna, socjologia gospodarki, filozofia ekonomii).

3. Pojęcie rynku

Rynek jako zjawisko społeczno-gospodarcze pojawił się w starożytności w kolebce zorganizowanej cywilizacji na terenach Bliskiego Wschodu, Azji Mniejszej, Mezopotamii i Egiptu. Przykładowo Sumerowie około 3 tys. lat p.n.e. stworzyli cywilizację miejską opartą na rolnictwie i rozwiniętym rzemiośle. Wprowadzili m.in. podstawy pojęć związanych z obrotem pieniężnym (kredyt, konto, weksel). Cywilizacja egipska rozwijała się, korzystając z żyznych gleb w dolinie Nilu. Kraj ten produkował wielką ilość zboża, które przeznaczal na handel. Fenicjanie, których początek datuje się na 2800 r. p.n.e., prowadzili handel z Egiptem, a po 1250 r. p.n.e. stali się najbardziej znanymi budowniczymi statków, żeglarzami oraz kupcami (Szpak, 2007, s. 63–67). Wiele wzmianek o handlu, towarach oraz klientach znajduje się w *Starym Testamencie* (*Księga Ezechiela 27*). W *Biblii* rynek rozumiany jest jako centralne miejsce miasta. W średniowieczu rola rynku

nie była szczególnie istotna, choć wzrastała. Stanowił on uboczny aspekt ludzkiego życia, a produkty na ogół nie były sprzedawane, lecz oddawane władcom przez chłopów. Elementy handlu i rynku istniały w miastach, gdzie feudalowie korzystali z możliwości kupna niektórych towarów od kupców, rzemieślników (Galbraith, 2011, s. 35–36). Problemem transakcji kupna-sprzedaży zajął się św. Tomasz z Akwinu, który postawił pytanie o sprawiedliwość (słuszność) cen. Piętnował sprzedawanie czegoś powyżej sprawiedliwej ceny i handlowanie dla zysku. Jednocześnie nie rozstrzygnął, czym jest słuszna cena, co stało się uzasadnieniem dla głoszenia poglądów, że najlepiej reguluje ją rynek. Św. Tomasz wyraźnie piętnował posługiwanie się kłamstwem w transakcjach kupna-sprzedaży. Sprzedawca, wiedząc o wadliwości oferowanego produktu, ma obowiązek poinformowania o tym kupującego. Jeżeli wada zostanie wykryta po sprzedaży, a sprzedawca o niej nie wiedział, musi wyrównać kupującemu stratę (s. 38). W okresie merkantylizmu intensywnie rozwijały się handel i rynki, a kupcy stali się istotnymi postaciami życia społeczno-gospodarczego. Dążenie do bogactwa poprzez handel przestało być uważane za zajęcie moralnie wątpliwe. Do dogmatów merkantylistów należała jednak negatywna postawa kupców wobec konkurencji – akceptowali monopol cen i towarów (s. 42–50). Adam Smith (1998, s. 593–594) do opisu rzeczywistości rynkowej wprowadził pojęcie niewidzialnej ręki. Specjalizacja i społeczny podział pracy przyczyniają się, według niego, do rozwoju handlu, wolnego rynku i bogacenia się społeczeństw. Motyw „niewidzialnej ręki” służył Smithowi także do opisanego zachowania bogatych i zachłannych ludzi, którzy mimo samolubstwa, dając biednym pracę, dzielą się z nimi częścią wyników pracy (Giza, 2013, s. 55–59). Traktował on wolność rynkową jako coś naturalnego, jako samodzielny mechanizm. W wyniku społecznego podziału pracy wyspecjalizowani producenci dążą do wymiany wytworzonych towarów i rozwija się handel. Państwo powinno jak najmniej ingerować w rynek. Smith z jednej strony zakładał egoistyczną naturę człowieka, ale z drugiej zdolną do współodczuwania, co pozwala na rozumienie potrzeb drugiej osoby (co też jest istotne na rynku). W przypadku Karola Marksa obserwacja relacji zachodzących między ludźmi w oparciu o funkcjonowanie rynku doprowadziła go do rozwinięcia teorii alienacji. Rynek był dla niego mechanizmem wyzysku i uciemnienia człowieka przez człowieka (Schaff, 1965, s. 173–174). Dopiero komunizm, poprzez zniesienie własności prywatnej, miał, według niego, usunąć panowanie produktu nad producentem oraz zlikwidować anarchię rynkową i uwolnić człowieka, dając mu prawdziwą wolność (s. 263–264). Według przedstawicieli austriackiej szkoły ekonomii rynek jest naturalnym efektem ludzkich działań o charakterze gospodarczym. Friedrich von Hayek mówił o ładzie rynkowym, kosmosie rynkowym, katalaksji, definiowanej jako „ład wytworzony przez grę sił rynkowych dzięki ludzkiej aktywności, która stosuje się do reguł prawa własności, szkód i kontraktu [...]” (1994, s. 49). Rozwój rynków, jego zdaniem, był możliwy dzięki pracy i trosce o własne potrzeby, które w skali masowej mają cechy pewnego uporządkowania. Rozsądny człowiek, dobry mąż, żywiciel rodziny troszczy się o jej przyszłość i swoje interesy, pracując i gromadząc kapitał, co w efekcie przyczynia się do utrzymania porządku rynkowego (s. 88). Dla Hayeka konkurencja cenowa oraz wynagrodzenia stanowi-

ły wskazania dotyczące tego, co ludzie powinni czynić. Hayek okazał się jednocześnie w jakimś stopniu relatywistą moralnym – według niego wartości etyczne nie są stałe i niezmienne, lecz zmieniają się w zależności od rodzaju społeczeństwa, które narzuca takie reguły, jakie ochronią je od rozpadu. Pisał:

Tradycja nie jest wartością stałą, lecz wytworem procesu selekcji, o którym decyduje nie rozum, ale sukces. Podlega zmianom, ale rzadko można ją z rozmysłem zmienić [...]. (1994, s. 90).

Ludwig von Mises uważał, że wolny rynek daje największe możliwości rozwoju gospodarczego i poprawy warunków życia ludzi. Wolny rynek, umożliwiając ludziom wpływanie na to, co jest produkowane, prowadzi do poprawy jakości życia oraz zwiększa równość szans (2004, s. 13). Dostrzegął także bardzo ważną rolę etyczno-społeczną podziału pracy i rozwoju współpracy gospodarczej, gdyż sprzyjają one pokojowi, ograniczając potencjalne wojny (2004, s. 40). W latach 1870–1914 zaczął się rozwijać amerykański instytucjonalizm, w ramach którego m.in. Thorstein Veblen, Wesley C. Mitchell i John R. Commons próbowali rozwinąć szerszą teorię ekonomii, nieograniczającą się jedynie do czynników gospodarczych, lecz uwzględniającą dorobek innych nauk społecznych, takich jak psychologia, historia i socjologia. Krytykowali główny nurt ekonomii za jego wąskie podejście badawcze i indywidualizm. Uważali, że teoria ekonomiczna, ze względu na brak badań empirycznych, stanowiła wręcz przeszkodę w dobrym zrozumieniu obrotu gospodarczego. Wąsko pojmowała pojęcie transakcji, gdyż nie brała pod uwagę takich zjawisk, jak: zmuszanie do dawania i zabierania, perswazji, przymuszania, okradania, dominacji, przestrzegania na przykład prawa, rywalizowania, istnienia rządzących, zachowań grupowych oraz zasad i reguł wymiany (Swedberg, 1991, s. 256).

Rynek to przestrzeń ludzkiej wolności, w ramach której ludzie podejmują działania dotyczące tego, gdzie, kiedy i za ile kupić (sprzedać) produkt (usługę, towar). Nie wchodząc w szczegóły, warto zauważyć, że obecnie na rynku funkcjonują nie tylko ludzie, lecz także algorytmy (np. sztuczna inteligencja podejmująca decyzje o kupnie/sprzedaży instrumentów finansowych).

Rynek ma podręcznikowe definicje. Warunkiem jego zaistnienia są sprzedawcy i nabywcy chcący dokonać sprzedaży lub zakupu. Przedmiotem wymiany są produkty, usługi, praca oraz pieniądze. Efektem stosunków wymiany są wspólnie uzgodnione decyzje, przyjmujące postać aktu kupna-sprzedaży. Rynek istnieje nawet wtedy, gdy nie dochodzi do zawarcia transakcji wymiennych, a jedynie do wzajemnej konfrontacji zamiarów potencjalnych stron wymiany (Wrzosek, 1994, s. 12–13). Rynek ma dwa aspekty: podmiotowy (gospodarstwa domowe, podmioty gospodarcze, państwo) i przedmiotowy (podaż, popyt i ceny). Dynamika rynku przejawia się procesami negocjacyjnymi i konkurencyjnymi (s. 19–26). Na jego społeczny wymiar wskazuje Bożena Klimczak, zauważając, że „jest [on] formą nawiązywania kontaktów między kupującymi i sprzedającymi w celu ustalenia warunków transakcji” (2003, s. 70). O wyraźnie przedmiotowym charakterze rynku

mówi Bogusław Czarny, który definiuje go jako „system współzależnych transakcji kupna i sprzedaży dobra” (Czarny, Czarny, Bartkowiak, Rapacki, 1998, s. 81).

Na temat rynku wiele napisał Max Weber. Ludzie, mając subiektywne interesy, wchodzą m.in. w relacje o charakterze gospodarczym, w ramach których na „wolnym” rynku dokonują transakcji kupna-sprzedaży. Procesy rynkowe mają charakter ciągły i przewidywalny i prowadzą do utrwalania się pewnych powtarzalnych relacji. Porządkowi rynkowemu sprzyja gospodarka pieniężna (2002, s. 32–67). Według Webera relacje rynkowe mają najbardziej bezosobowy wymiar życia praktycznego, w jaki mogą wejść ludzie, a podstawową zasadą etyki rynkowej jest realizacja umów. Warunkiem funkcjonowania rynków są uczciwość i zaufanie, gdyż mogą one budować trwałe relacje z klientami. Rynki mogą być poddane regulacjom prawnym, religijnym w takim zakresie, w jakim zapewnia to bezpieczne na nich funkcjonowanie. Rozwój rynków sprzyja także tworzeniu się pokojowych stosunków (2002, s. 484–487). Eamonn Butler stwierdza, że głównym celem rynku jest wymiana mająca charakter naturalny (cecha życia człowieka w społeczeństwie). Jednocześnie doprecyzowuje, że głównym celem rynku nie jest wymiana, lecz stworzenie możliwości wymiany, która jest podporządkowana różnym celom i potrzebom ludzi (rynek jako narzędzie). Podstawą wymiany rynkowej jest subiektywne postrzeganie przez uczestników strony transakcji, że otrzymują oni coś, czego potrzebują bardziej od tego, co oddają w zamian. Stąd wymiana daje korzyści obu stronom (2010, s. 31).

Wojciech Giza, analizując pojęcie rynku, trafnie rozróżnia dwie przenikające się, ale nie tożsame płaszczyzny analityczne.

Pierwsza z nich dotyczy rynku jako realnie istniejącego systemu społeczno-gospodarczego. Druga pozwala interpretować rynek jako modelowo ujęty popytowo-podażowy mechanizm alokacji zasobów. (2013, s. 154–155)

4. Pojęcie zawodności rynku

Zawodność rynku jest przedmiotem wielu analiz. W ramach ekonomii neoklasycznej na zjawisko zawodności rynku jako sytuacji, w której mechanizm rynkowy nie prowadzi do efektywnej alokacji zasobów, zwrócił uwagę Francis M. Bator (1958). Próbę kompleksowego ujęcia tego zagadnienia podjął Giza, który definiuje zawodność rynku jako

pewnego rodzaju odchylenia od postulowanego przez wysoce sformalizowany model stanu optimum. Optimum Pareta stanowi swoisty wzorzec, w stosunku do którego może być analizowane funkcjonowanie poszczególnych rynków. (2013, s. 45)

Autorzy internetowego podręcznika do ekonomii, oprócz uwzględnienia nieefektywności gospodarczej w sensie Pareto, mają także na uwadze aspekt społeczno-etyczny (CORE Project 2015, s. 5). Zawodność rynku rozumie się powszechnie jako

pewien stan rzeczywistości gospodarczej odbiegający od wcześniej przyjętego założenia modelowego (Giza, 2013, s. 48). Należy zauważyć, że taka definicja jest bardzo formalna i nieprecyzyjna (zawiera przymiotnik „pewien” oraz „przyjęte założenie modelowe”). Samo wprowadzenie pojęcia zawodności rynku ma wbudowany aspekt normatywno-oceniający, *a priori* zakłada się bowiem, że rynek powinien działać w określony (efektywny) sposób. Dlatego jeśli jakieś działania rynkowe okazują się nieefektywne, oceniane są negatywnie z ekonomicznego punktu widzenia. Już Adam Smith wyjaśniał, że w wielu obszarach, takich jak np. edukacja i system prawny, potrzebna jest polityka rządu mająca na celu dbanie o dobro społeczne i zapewnienie, by rynek działał poprawnie. Smith był świadomy, że istnieją rzeczy, które nie mogą być kupowane i sprzedawane na rynku. Powinny być one alokowane w inny sposób. Do funkcjonowania rynku konieczne są publiczne instytucje oraz normy. Władza dostarcza systemu prawnego pozwalającego rynkom efektywnie funkcjonować, zabezpieczając prawo własności oraz dbając o egzekwowanie umów. Na ogół do egzekwowania umów wystarczą normy społeczne (obie strony transakcji są motywowane do przestrzegania reguł przez normy społeczne), jednak zdarza się, że konieczne jest odwołanie się do instytucji publicznych (np. sądu).

Joseph E. Stiglitz wymienia sześć przyczyn zawodności rynku, którymi są zawodność konkurencji, zawodność wynikająca z istnienia dóbr publicznych, zawodność wynikająca z efektów zewnętrznych, niekompletność rynków, zawodność wynikająca z niepełnej informacji oraz bezrobocie, inflacja i brak równowagi. Wszystkie one – według Stiglitz – są przesłanką do celowego ograniczania rynku (Giza, 2013, s. 49). Giza zwraca uwagę, że w mikroekonomii przyjmuje się ordynarne założenie teorii użyteczności konsumenta dążącego do maksymalizacji funkcji swej użyteczności. Relacje międzyludzkie są tu skrajnie uproszczone i opierają się wyłącznie na transakcjach wymiennych w świecie (s. 50–51). Natomiast początki makroekonomicznej analizy zawodności rynku wyznacza praca Johna M. Keynesa *Ogólna teoria zatrudnienia, procentu i pieniądza* (1936). Zawodność rynku unaoczniał szczególnie wielki kryzys w latach 1929–1933. Keynes odrzucił koncepcję polityki gospodarczej opartej na wierze w samoregulujący się rynek i rozpoczął dyskusję nad możliwymi do podjęcia przez państwo działaniami (Giza, 2013, s. 54). Również w wymiarze społecznym konieczne jest – według Gizy – dopuszczenie holistycznej perspektywy, w której społeczeństwo jest czymś więcej aniżeli tylko prostą sumą jednostek. W ujęciu makroekonomicznym zawodność rynku przejawia się w szczególności w procesach inflacyjnych, w bezrobociu i niestabilności koniunktury. Analizując zawodność rynku w ujęciu makroekonomicznym, nie wystarcza sięganie do agregatów i analizy ich wzajemnych relacji. Konieczne jest sięgnięcie do mikroekonomicznych podstaw makroekonomii. Zdefiniowanie zawodności rynku wymaga przyjęcia kryterium określającego warunki optimum społeczno-ekonomicznego. Nie można jednak pomijać takich problemów, jak inflacja, bezrobocie, dostarczanie dóbr społecznie pożądaných i nierówności dochodowe (s. 51–52). Ponadto zasoby naturalne w prywatnych

rękach mogą negatywnie wpływać na społeczeństwo, w tym prowadzić do procesów monopolizacji, co byłoby niekorzystne ze społecznego punktu widzenia (s. 60–61).

Giza poddaje krytyce podejście do konkurencji ekonomii neoklasycznej. Pisz:

Ekonomia neoklasyczna przez statyczną wizję zdefiniowaną za pomocą kilku rygorystycznych warunków koniecznych do zaistnienia konkurencji doskonałej tworzy hermetyczny obraz świata zdominowanego przez skrajnie racjonalnego człowieka ekonomicznego. Najdrobniejsze naruszenie przyjętych założeń określających warunki konkurencji doskonałej kończy się przejściem do innego świata, traktowanego na ogół przez ekonomistów jako mniej doskonały. (2013, s. 90)

Słusznie konkluduje, że w takim przypadku mamy do czynienia z ograniczeniem ludzkiej wolności (człowiek niejako „musi” być racjonalny ekonomicznie).

Kolejną cechą rynku jest wbudowana w niego samoistna tendencja do monopolizacji, co szczególnie uwidoczniło się pod koniec XIX wieku. Pojawienie się spółek i ich rozwój łączyły się z postępującym procesem ograniczania konkurencji.

Działanie rynkowe generują tzw. efekty zewnętrzne, czyli korzyści lub koszty wykraczające poza działalność jednego podmiotu, a wiążące się z ponoszeniem ich skutków przez inne podmioty bez uwzględnienia rekompensaty. Pojawienie się efektów zewnętrznych oznacza wytworzenie przez przedsiębiorstwo czegoś dodatkowego w stosunku do produkcji zasadniczej (Giza, 2013, s. 96). W przypadku produkcji towarów przykładami negatywnych efektów zewnętrznych są zanieczyszczenie środowiska naturalnego, pogorszenie jakości życia społeczności lokalnej, ale i sytuacja przyszłych pokoleń. Rozwój przemysłu prowadzi do zanieczyszczenia powietrza, pogorszenia zdrowia mieszkańców, pogorszenia ich jakości życia, konieczności ponoszenia wyższych kosztów leczenia. W przypadku świadczenia usług, na przykład niektórych usług rozrywkowych, mamy do czynienia z potencjalnie negatywnym wpływem na rozwój intelektualny, duchowy i fizyczny człowieka. Może to być uzależnienie od gier komputerowych czy od pornografii w internecie, których konsekwencje dla człowieka i jego otoczenia przedstawia wiele badań. W przypadku konsumpcji klasycznymi zagrożeniami są alkoholizm, narkomania, które niszczą relacje rodzinne, społeczne, generują tragedie, również z udziałem dzieci tracących rodziców, zwiększają koszty leczenia. Inny negatywny efekt to problem otyłości i związanych z nią konsekwencji dla całego społeczeństwa. Producenci żywności naciskają na wzrost konsumpcji, co rodzi poważne skutki. Podobnie sytuacja wygląda z lekami sprzedawanymi bez recepty i konsekwencjami dla przyszłej sytuacji zdrowotnej społeczeństwa. W przypadku handlu towarami podstawowy problem dotyczy logistyki i transportu zanieczyszczających środowisko. Na rynku pracy negatywne efekty to na przykład nadmiar czasu poświęcanego przez rodziców na pracę, co odbywa się kosztem realizacji procesu wychowawczego i rozwoju dzieci.

Rynek nie jest także w stanie dostarczyć dóbr publicznych, dlatego obowiązkiem ten przejmuje społeczeństwo poprzez instytucje państwa. Richard A. Musgrave wskazał na istnienie potrzeb, które są pożądane z punktu widzenia

całego społeczeństwa, ale nie są w ten sposób postrzegane przez poszczególne jednostki. Takie podejście oznacza uwzględnienie założenia, że konsumenci nie są w pełni racjonalni. Pojawia się w tym momencie pytanie o to, kiedy państwo jako arbiter powinno narzucić tego typu dobra, mimo że subiektywnie wcale nie są oczekiwane (chciane) przez jednostki. J. G. Head dobra społecznie pożądane określił jako te, które w wyniku braku doskonałej wiedzy po stronie jednostek nie są konsumowane w wystarczającym stopniu. Z drugiej strony wskazał dobra społecznie niepożądane, które z kolei mogą być nadmiernie konsumowane przez członków społeczeństwa (Giza, 2013, s. 98–103).

Mankamentem rynku jest także asymetria informacji (pojęcie wprowadzone przez George'a A. Akerlofa). Występuje ona, gdy jedna ze stron transakcji rynkowej dysponuje większą liczbą informacji niż druga. Konsekwencją asymetrii informacji jest selekcja negatywna oraz ryzyko nadużyć (Giza, 2013, s. 103–110).

5. Propozycja definicji moralnej zawodności rynku

Codziennie ludzie wymieniają się dobrami i usługami. Rynki stanowią wielkie dobro, pozwalające podejmować decyzje nabywcze i dzięki temu wpływają na jakość naszego życia. Korzyści płynące z wymiany rynkowej są bezdyskusyjne. Miliardy ludzi, korzystając codziennie z rynku, wpływa na swoje funkcjonowanie i możliwość zaspokajania potrzeb – tak materialnych, jak i duchowych.

Uporządkowanie wiedzy na temat zawodności rynkowej nie wystarcza do podejmowania dobrych decyzji w polityce społeczno-gospodarczej. Wydaje się konieczne całościowe wprowadzenie teorii zawodności rynku uzupełnionej o jednoznaczne kryteria etyczne. Oczywiście w dotychczasowym podejmowaniu problemu zawodności rynku przyjmowano takie lub inne kryteria etyczne, jednak na ogół nie były one doprecyzowane i wystarczająco uzasadnione. Co więcej, ekonomiści piszący o zawodności rynku w aspekcie etycznym mają na uwadze różne wartości i normy. Dlatego pojawia się pytanie o możliwość i konieczność opracowania uniwersalnej koncepcji moralnej zawodności rynku opierającej się na niepodważalnych i w pełni uzasadnionych wartościach.

Jeżeli przyjmiemy, że normy etyczne są po to, by chronić każdą osobę ludzką, próba uporządkowania wiedzy i wskazania praktycznych zasad, których przestrzeganie w rzeczywistości gospodarczej będzie minimalizowało to, co nazywamy moralną zawodnością rynku, wydaje się zasadna. Dlatego być może warto opracować model analityczny będący narzędziem możliwym do wykorzystania przy badaniu, czy w danej sytuacji mamy do czynienia z moralną zawodnością rynku i zastanowienia się, co w związku z tym można zrobić.

Podjęmując się wskazania moralnego wymiaru rynku, oprócz się należy na podstawowych faktach. Rynek to przestrzeń ludzkich działań polegających na wchodzeniu osób we wzajemne interakcje bezpośrednie i pośrednie. Funkcjonowanie na rynku polega na nawiązywaniu kontaktów, negocjowaniu, rozmawianiu, konsultowaniu czy też wymienianiu się opiniami (np. system opinii w inter-

necie). Wszystkie te czynności polegają na wzajemnych interakcjach międzyosobowych. Ponieważ funkcjonowanie rynku opiera się na informacjach służących do podejmowania decyzji, podstawową wartością na rynku (oprócz osoby) jest prawda. Dzięki niej między stronami transakcji budowane jest zaufanie warunkujące reputację podmiotów rynkowych. Faktem jest jednak posługiwanie się także kłamstwem osób wobec osób i społeczeństwa jako całości. Katalog przykładów kłamania w życiu gospodarczym wydaje się dość obszerny, co więcej, jednym z elementów tzw. gry rynkowej jest innowacyjność w sferze kłamstw. Pomysł na nowy typ kłamstwa staje się nieraz źródłem dodatkowych zysków opartych na wykorzystaniu drugiego człowieka.

Warunkiem rozwoju rynku o charakterze moralnym jest jedno z podstawowych praw człowieka, tj. prawo do własności. Wzmocnione przez prawo stanowi kryterium możliwości doprowadzenia do transakcji kupna-sprzedaży (zdarzenia rynkowego).

Warto także zwrócić uwagę na to, że rynek bywa traktowany i rozumiany jako „zastany przez człowieka w świecie”, tak jak zastane są na przykład prawa fizyki. Natomiast do zaistnienia rynku konieczny jest człowiek żyjący w społeczeństwie. Choć możemy sobie wyobrazić, że przedmiotem handlu może być planeta, do której człowiek jeszcze nie dotarł, to jednak ostatecznie to człowiek ją „kupuje” i „sprzedaje” w drodze umowy. Rynki tworzą osoby poprzez swe zamiały, decyzje i działania.

Ta konstatacja prowadzi do wniosku, że skoro osoba jest bytem moralnym (jej czyny mogą być moralnie dobre lub złe, gdyż jednym z wymiarów człowieka jest moralność jako cecha składowa jego jestestwa, wynikająca z duchowych atrybutów, którymi są wolność i rozumność), to wszelkie czyny człowieka mają wymiar moralny. Dotyczy to także działań rynkowych.

Wstępnie można zaproponować roboczą definicję moralnej zawodności rynku, którą należałoby doskonalić wraz z coraz bardziej pogłębioną analizą rynku z moralnego punktu widzenia. Moralna zawodność rynku to wszelkie działania rynkowe cechujące się nieadekwatnym do wartości osoby stosunkiem (uprzedmiotowienie osoby ludzkiej), zarówno świadomym, jak i nieświadomym, negatywnie wpływające na integralny rozwój każdej osoby powiązanej z potencjalną i realną transakcją w sposób bezpośredni, jak i pośredni, sprzeczne z zasadą międzyosobowej równości aksjologicznej.

Zasada międzyosobowej równości aksjologicznej mówi o tym, że nie ma możliwości wskazania (znalezienia) dwóch takich ludzi (osób), co do których moglibyśmy stwierdzić, że wartość jednej osoby jest mniejsza/większa od wartości drugiej osoby. Prawda o osobie zobowiązuje do poszukiwania takich norm działań, które służą i chronią każdą osobę (bez wyjątku) w możliwie najlepszym stopniu, by jak najpełniej mogła urzeczywistnić swój potencjał rozwojowy. Dlatego analiza działań rynkowych wymaga uwzględnienia wszystkich osób, na które ma ona jakikolwiek wpływ.

W dalszych badaniach należałoby dokonać analizy poszczególnych obszarów moralnej zawodności rynku, tj. wpływu działań rynkowych na sferę intelektualną, wolitywną, emocjonalną, fizyczną oraz duchową. Można też podać klasyczny

katalog zagrożeń wynikających z działań rynkowych. W sferze zagrożeń społecznych możemy wyróżnić niszczenie wspólnoty, rodziny, zaufania, edukacji, demoralizację, niesprawiedliwość społeczną, uderzenie w solidarność społeczną. W sferze zagrożeń kulturowych niszczenie piękna, promowanie brzydoty, szerzenie wątpliwych ideologii. W sferze gospodarczej niszczenie wolnej konkurencji, wolności gospodarczej, przedsiębiorczości, ograniczanie interesów konsumentów, procesy monopolizacji. W sferze wpływu na środowisko naturalne uderzenie w jakość życia obecnych i przyszłych pokoleń, zanieczyszczenie, zużycie moralne produktów itp. W sferze religijnej ateizację oraz ośmieszanie wartości religijnych.

6. Podsumowanie

Podejście ideologiczne na zasadzie tezy, że każda ingerencja w rynek jest zła, utrudnia dyskusję i odczytanie pełnej rzeczywistości o mechanizmie rynkowym, który *de facto* jest obszarem ludzkich decyzji wchodzenia w transakcje kupna-sprzedaży. Słuszne wydaje się stwierdzenie, że rynek co do zasady jest najlepszym mechanizmem alokacji zasobów i co do zasady należy ludziom pozostawić wolny wybór. Pojawia się pytanie, kiedy zasadna będzie ingerencja zewnętrzna w mechanizm rynkowy (relacje międzyludzkie). Proponowana tu odpowiedź to wszelkie sytuacje, w których, biorąc pod uwagę obie strony transakcji, ta wymiana przestaje być wolna. Konieczne jest zatem zidentyfikowanie czynników powodujących, że jedna ze stron transakcji staje się mniej wolna od drugiej (i na odwrót – druga strona transakcji staje się silniejsza od pierwszej).

Rynek polega na podejmowaniu przez ludzi działań wobec siebie wzajemnie. Ponieważ są to relacje międzyludzkie, a człowiek jest istotą moralną, zasady te powinny być ukierunkowane na ochronę każdej strony transakcji (także tej trzeciej, którą należy rozumieć w sensie szerokim, czyli jako wszystkie osoby żyjące w społeczeństwie, a nawet te, które głosu jeszcze nie mają, gdyż się jeszcze nie narodziły (otrzymują w spadku od ludzkości określoną wiedzę oraz taki bądź inny stan Ziemi).

Posługując się analogią, do której odwołują się także zwolennicy pełnej wolności rynkowej, rynek jest swego rodzaju grą. Każda gra musi opierać się na zasadach. W dyscyplinach sportowych mamy zasady, których nie wolno przekraczać. Co więcej, w znacznym stopniu istnieje tam równość szans (choć nie zawsze, gdyż w części dyscyplin o przewadze decyduje bogactwo materialne – na przykład tam, gdzie może dochodzić do sprzedawania i kupowania zawodników). Stosowanie się do zasad w grze jest konieczne dla zwiększenia równości szans i pewnej przewidywalności (dotyczącej możliwych ruchów itp.). Gdyby zawody sportowe były oparte na (do)wolności, trudno sobie wyobrazić możliwość ich przeprowadzenia (skądinąd związany z nimi potężny biznes nie dawałby też tak znacznych korzyści ekonomicznych). Tym bardziej nie jest zrozumiałe, dlaczego akurat rynek miałby być pozbawiony jakichkolwiek regulacji porządkujących zachowania ludzi. Dlatego w praktyce nie ma gospodarki bez zasad: – począwszy

od zasady dotyczącej konieczności realizacji umów po różne zasady chroniące życie i zdrowie człowieka (konsumenta, pracownika).

Budowa teorii moralnej zawodności rynku wydaje się możliwa, choć pojawiają się wątpliwości i pytania. Czy nie należałoby raczej stworzyć ją w ramach konkretnych rynków (np. rynku pracy, rynku usług medycznych, rynku zabawek itd.)? Na ile od człowieka zależy stopień moralnej zawodności rynku, a na ile są to uwarunkowania strukturalne – systemowe? Czy można wprowadzić jakiś rodzaj pomiaru moralnej zawodności rynku? Czy taki pomiar mógłby służyć porównaniom poszczególnych rynków? Ciekawy problem dotyczy także tego, jak przejawy moralnej zawodności rynku przekładają się na rozwój gospodarczy. Być może niniejszy artykuł posłuży dalszej dyskusji.

Bibliografia

- Bator, F. M. (1958). The anatomy of market failure. *The Quarterly Journal of Economics*, 72(3), 351–379.
- Butler, E. (2010). *Najlepsza książka o rynku*. Warszawa: Wydawnictwo IPS.
- Czarny, B., Czarny, E., Bartkowiak, R., & Rapacki, R. (red.). (1998). *Podstawy ekonomii*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
- Galbraith, J. K. (2011). *Ekonomia w perspektywie. Krytyka historyczna*. Warszawa: Polskie Towarzystwo Ekonomiczne.
- Giza, W. (2013). *Zawodność rynku. Powstanie i rozwój idei*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie.
- Hayek, F. von (1994). Ład rynkowy, czyli kataleksja. W: *Filozofia wolnego rynku*. Kraków: Wydawnictwo Znak.
- Hayek, F. von (1994). Trzy źródła wartości ludzkich. W: *Filozofia wolnego rynku*. Kraków: Wydawnictwo Znak.
- Klimczak, B. (2003). *Mikroekonomia*. Wrocław: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego.
- Mazurek, F. J. (1990). Uniwersalność praw i obowiązków człowieka. *Roczniki Nauk Społecznych*, 18(1), 149–166.
- Mises, L. von. (2004). *Liberalizm w tradycji klasycznej*. Kraków: Wydawnictwo Arcana.
- Rodziński, A. (1998). *Na orbitach wartości*. Lublin: Katolicki Uniwersytet Lubelski.
- Rogowski, R. (2008). *Etyka marketingu. Ujęcie personalistyczne*. Tarnobrzeg: Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa im. prof. Stanisława Tarnowskiego w Tarnobrzegu.
- Schaff, A. (1965). *Marksizm a jednostka ludzka*. Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe.
- Scheler, M. (1997). *Resentyment a moralność*. Warszawa: Czytelnik.

-
- Smith, A. (1998). *An inquiry into the nature and causes of the wealth of nations*. London: Elecbook Classics.
- Sosenko, K. (1998). *Ekonomia w perspektywie aksjologicznej*. Kraków: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Krakowie.
- Stary Testament, Księga Ezechiela*. Poznań: Pallottinum.
- Swedberg, R. (1991). Major traditions of economic sociology. *Annual Review of Sociology*, 17, 251–276.
- Szpak, J. (2007). *Historia gospodarcza powszechna*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
- Weber, M. (2002). *Gospodarka i społeczeństwo. Zarys socjologii rozumiejącej*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Wojtyła, K. (1994). *Osoba i czyn oraz inne studia antropologiczne*. Lublin: Wydawnictwo Towarzystwa Naukowego KUL.
- Wrzosek, W. (1994). *Funkcjonowanie rynku*. Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Ekonomiczne.

Anna Lewicka-Strzałecka
Polish Academy of Sciences
Institute of Philosophy and Sociology
e-mail: alewicka@ifispan.waw.pl

Moralność finansowa polskich konsumentów

The financial morality of Polish consumers

The consent to abuse made by consumers reflects a particular normative order which constitutes part of a socially accepted moral order. It constitutes a specific market regulator because the wide acceptance of unethical behaviours can hinder the functioning of legal and other formal institutions, while the lack of such acceptance can support them and make them more efficient. The paper presents the results of a periodical research project aimed at reconstructing this order in the financial area. The project, entitled “The Financial Morality of Poles”, includes a survey of a group of 1000 Polish adults from the whole country. The survey has been conducted on a yearly basis since 2016.

The main result of the project is a map of Poles’ moral permissivism in the area of finance. The map is based on questions the respondents were asked about the level of justification of consumer activities which are illegal or which violate moral norms. Ethical standards for judging consumers’ behaviours vary considerably, from behaviours that are condemned by the overwhelming majority to behaviours deemed justifiable by more than half of the respondents.

It was assumed that, based on the results obtained in individual questions, an estimate of consumer reliability on the financial market can be made. This estimate results from averaging the responses which accept the behaviours described in the questions and is defined as the acceptance index for unethical financial behaviours.

Keywords: consent to abuse, financial morality, consumers

JEL Classification: M30

1. Wprowadzenie

System moralnych przekonań konsumentów jest jedną z tych nieformalnych instytucji, które w istotny sposób wpływają na poziom zaufania w relacjach społecznych i gospodarczych. Nadwyrężenie zaufania ma destrukcyjne skutki zarówno dla uczestników transakcji rynkowych, jak i całego otoczenia gospodarczego. Należy jednak podkreślić, że zaufanie jest relacją symetryczną i może ono być podważane nie tylko przez nieetyczne działania biznesu, ale także przez naruszanie norm moralnych przez konsumentów. Nadużycia dokonywane przez konsumentów mają wielorakie skutki. Po pierwsze, powodują określone bezpośrednio i pośrednio straty ponoszone przez przedsiębiorców. Straty bezpośrednio to straty wymierne finansowo, na przykład koszty wynikłe z wyludzonych kredytów, nie należnych odszkodowań, straty pośrednio – to osobiste straty pracowników, obniżenie ich morale, pogorszenie wizerunku firmy. Po drugie, nadużycia konsumencie przyczyniają się do obniżenia satysfakcji innych konsumentów, ponieważ skutkują wyższymi cenami usług, bardziej rygorystycznymi wymaganiami i biurokratycznymi procedurami. Po trzecie, nadużycia popełniane przez jednych konsumentów zachęcają innych do podobnych zachowań, sprzyjają kształtowaniu się przyzwolenia na nieetyczne działania, a nawet traktowaniu pewnych nadużyć jako przejawu zaradności czy przedsiębiorczości. Choć wykroczenia konsumenckie nie są tak spektakularne, jak wielkie afery będące udziałem nieuczciwych menedżerów czy skorumpowanych urzędników, to jednak, popełniane w skali masowej, wywierają istotny wpływ na kształt instytucji rynkowych i pośrednio instytucji społecznych.

Jednym z istotnych czynników warunkujących zakres nadużyć konsumenckich jest poziom przyzwolenia na nie ze strony otoczenia. Przyzwolenie na nadużycia odwzorowuje szczególny porządek normatywny, będący elementem społecznie uznawanego ładu moralnego. Porządek ten stanowi swoisty regulator rynku, ponieważ szeroka akceptacja dla nieetycznych zachowań może utrudniać działanie prawa i innych formalnych instytucji, natomiast brak takiej akceptacji może je wspomagać i usprawniać.

Artykuł prezentuje próbę odtworzenia tego porządku podjętą w ramach cyklicznego projektu „Moralność finansowa Polaków”¹, którego celem jest stworzenie swoistej mapy permissywizmu moralnego Polaków w obszarze finansów oraz jej okresowa analiza. Realizacji projektu służy badanie sondażowe przeprowadzane na ogólnopolskiej, reprezentatywnej 1000-osobowej próbie dorosłych Polaków. Sondaż dokonywany jest co rok, dotychczas miały miejsce cztery edycje: w 2016, w 2017, w 2018 oraz w 2019 roku. Wyznaczeniu mapy permissywizmu służy wspólny dla poszczególnych edycji moduł, na który składają się pytania o poziom usprawiedliwiania działań konsumentów, które są niezgodne z prawem lub naruszają normy moralne. Ponadto każda edycja zawiera pytania dodatkowe. Wyniki poszczególnych badań zostały przedstawione w odpowiednich raportach² oraz

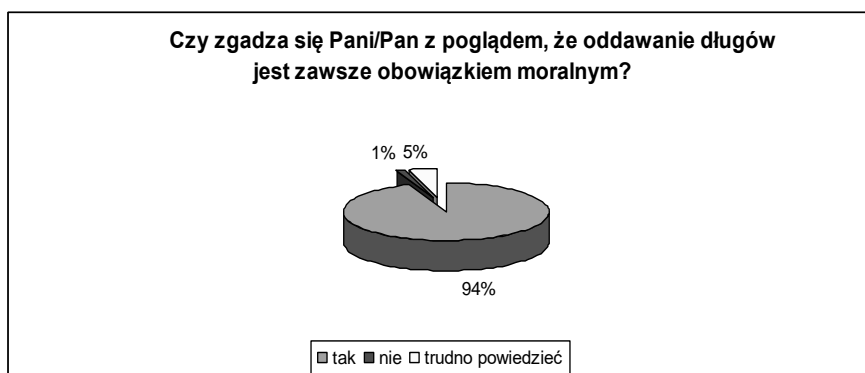
¹ Projekt realizowany jest na zlecenie Konferencji Przedsiębiorstw Finansowych.

² Raporty z poszczególnych lat można znaleźć na stronie KPF <https://kpf.pl/>.

publikacji (Lewicka-Strzałecka, 2016). Poniżej skoncentrowano się na wybranych rezultatach uzyskanych w ostatniej edycji oraz pewnych prawidłowościach wyłaniających się z całego cyklu badań.

2. Oddawanie długów jako obowiązek moralny

Pytanie wstępne dotyczyło poziomu akceptacji ogólnej normy nakazującej oddawanie długów. Norma nakazująca wywiązywanie się z podjętych zobowiązań finansowych, czyli spłacanie zaciągniętych długów, jest jedną z najbardziej uniwersalnych norm moralnych. Jej uzasadnienie opiera się z jednej strony na szacunku dla cudzej własności, z drugiej zaś odwołuje się do wartości, jaką stanowi zasada dotrzymania umów. Jak wiadomo, wartości te stanowią etyczny fundament, na którym bazuje gospodarka rynkowa. Rynek nie mógłby sprawnie funkcjonować, gdyby umowy nie były dotrzymywane, własność naruszana, a większość transakcji nie opierała się na zaufaniu. Podobnie relacje tych norm widziała Maria Ossowska, analizująca je z perspektywy antropologii kultury, umieszczając normę zalecającą odpowiedzialność za słowo i zakazującą kradzieży w grupie norm służących potrzebie zaufania (Ossowska, 1970). Poznaniu miejsca normy nakazującej wywiązywanie się z podjętych zobowiązań finansowych w systemie aksjologicznym Polaków służyło pytanie: „Czy zgadza się Pani/Pan z poglądem, że oddawanie długów jest zawsze obowiązkiem moralnym?”.



Rys. 1.

Źródło: Badania własne

Przedstawiony na rysunku 1 rozkład procentowy odpowiedzi na to pytanie świadczy, że norma ta jest z niewielkimi wyjątkami akceptowana w polskim społeczeństwie. W nieznacznym stopniu odbiega on od rozkładu odpowiedzi uzyskanego w ubiegłych latach. Ta zbieżność oraz podobne rozkłady odpowiedzi na analogiczne pytanie uzyskane w dwu innych badaniach (Lewicka-Strzałecka & Biało-

wolski, 2007; KR D, 2008) przemawiają na rzecz trwałości normy nakazującej oddawanie długów. Chociaż wyniki te odzwierciedlają tylko deklaratywne poparcie wyrażone na bardzo wysokim poziomie ogólności, ich dobitność jest godna uwagi, ponieważ niewiele norm etycznych cieszy się tak powszechną akceptacją. Wśród nich nieco wyższe poparcie (96% wskazań) ma pogląd, że „przyjmowanie łapówek jest zawsze złe i nigdy nie może być usprawiedliwione” (CBOS, 2013), nieco mniejsze (92% wskazań) ma opinia, że „należy płacić podatki, gdyż z nich finansowane są ważne cele i potrzeby społeczne” (CBOS, 2016).

3. Porządek normatywny wyznaczony przez poziom usprawiedliwiania nadużyć

Zasadnicza część badania moralności finansowej Polaków polegała na odpowiadaniu na pytania o poziom usprawiedliwiania wybranych nadużyć konsumencjki. Wybór tych działań został dokonany w oparciu o doświadczenia instytucji finansowych zgłaszających najczęściej popełniane nadużycia oraz na podstawie innych badań dotyczących etyki konsumenta. Przyjęto, że okazjonalne, mniej lub bardziej częste usprawiedliwianie nadużyć wyznacza zakres przyzwolenia na te działania, czyli poziom akceptacji nieetycznych zachowań finansowych. Odpowiednio, wskazanie, że dane nadużycie nigdy nie może być usprawiedliwione wyznacza brak przyzwolenia, czyli brak akceptacji nieetycznych zachowań finansowych.

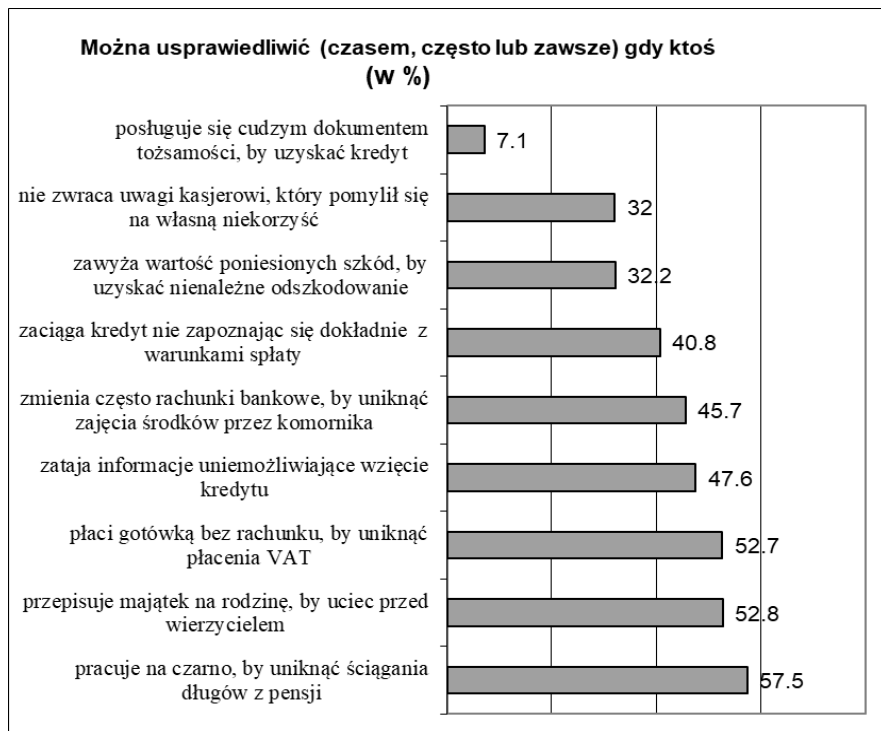
Należy podkreślić, że odpowiedzi otrzymane w trakcie tych badań oddają w głównej mierze sferę normatywną i afektywną badanych osób. Oznacza to, że poznajemy nie tyle rzeczywiste zachowania ludzi, ale dowiadujemy się, jakie postępowanie i w jakim zakresie może liczyć na usprawiedliwienie, czyli poznajemy poziom społecznego przyzwolenia na nadużycia. Przyzwolenie tworzy sprzyjające środowisko dla tych nadużyć, ponieważ osoby popełniające je nie tylko nie muszą obawiać się społecznego ostracyzmu, ale mogą liczyć na swoiste wsparcie ze strony otoczenia. Polega ono na przykład na tym, że pracodawcy podają nieprawdziwe dane o dochodach swoich pracowników, by pomóc im w uzyskaniu kredytu, a w sytuacji zagrożenia egzekucją komorniczą oficjalnie wypłacają pracownikom tylko minimalną krajową wolną od zajęcia komornicze-go. Przyzwolenie przejawia się również w tym, że sąsiedzi i znajomi dłużnika nie tylko nie okazują dezaprobaty dla jego nierzetelności, ale nierzadko utrudniają wierzycielom dotarcie do niego, zaś najbliższe otoczenie osób uchylających się od płacenia alimentów wykazuje daleko idącą tolerancję dla przemocy finansowej wobec słabszych. Z drugiej strony, brak przyzwolenia ogranicza potencjalne nadużycia przez różne formy nacisku społecznego otoczenia na ich sprawców, takie jak: niezwerbalizowana dezaprobaty, bojkot towarzyski, jawne potępienie, a nawet formalne sygnalizowanie wykroczeń.

Mapa moralnego permissywiizmu konsumentów w sferze finansowej została wyznaczona za pomocą wykresu oddającego poziom akceptacji dla poszczegól-

nych zachowań w postaci sum odpowiedzi *czasem*, *często* i *zawsze* na pytanie o możliwość ich usprawiedliwienia (Rysunek 2). Średnia tych sum określa **Indeks Akceptacji Nieetycznych Zachowań Finansowych**, będący syntetyczną miarą społecznego przyzwolenia na naruszanie przez konsumentów norm prawnych bądź standardów etycznych w sferze finansowej. W 2019 roku wyniósł on **41**, co oznacza, że Polacy są skłonni usprawiedliwiać odstępstwa od zasad w ponad dwu piątych sytuacji. Wynik ten wskazuje na bardzo duży zakres społecznego przyzwolenia na nadużycia konsumenckie w obszarze finansów. Wartość tego indeksu okazała się zdecydowanie wyższa niż w latach poprzednich (nieco powyżej jednej piątej). Trudno jednoznacznie interpretować tę rosnącą tendencję jako obniżenie etycznych standardów, ponieważ w jakimś stopniu jej źródłem mógł być odmienny sposób doboru próby spowodowany zmianą firmy realizującej badania. Choć poziom usprawiedliwienia przypisywany poszczególnym nadużyciom w bieżącym roku okazał się znacznie wyższy, to hierarchia norm regulujących zachowania konsumentów w obszarze finansowym, poza drobnymi przesunięciami, jest podobna do tej, którą otrzymano w poprzednich edycjach. Może to wskazywać na względnie trwałe porządek normatywny zorientowany na nadużycia konsumentów w sferze finansów.

Dane przedstawione na mapie moralnego permissywizmu (Rys. 2) konsumentów odzwierciedlają znaczny stopień zróżnicowania etycznych standardów dotyczących oceny zachowań konsumentów w konkretnych sytuacjach, począwszy od takich, które są potępiane przez zdecydowaną większość respondentów, a kończąc na tych usprawiedliwianych przez ponad połowę badanych osób. Najbardziej rygorystycznie respondenci odnoszą się do nadużycia konsumenckiego, polegającego na wyludzeniu pieniędzy za pomocą posługiwania się fałszywymi dokumentami, usprawiedliwia je nieco ponad 7% respondentów. Działanie to jest zagrożone wysokimi sankcjami karnymi, a zatem moralność finansowa okazuje się współgrać z normami prawa.

Znacznie więcej, bo blisko jedna trzecia respondentów usprawiedliwia wykorzystywanie nadarzającej się okazji w postaci błędu kasjera, który pomylił się na swoją niekorzyść (32%) oraz zawyżanie wartości poniesionych szkód, by uzyskać nienależne odszkodowanie (32,2%). Ta znacząca różnica między potępieniem pierwszego zachowania i kolejnych jest godna podkreślenia. Być może źródłem tej przewagi jest czynnik, który amerykańscy badacze etyki konsumenckiej Scott J. Vitell i James Muncy (2005) zidentyfikowali jako różnicę między aktywnym i pasywnym wykorzystywaniem nielegalnych działań (*actively and passively benefiting from illegal activities*). Posługiwanie się cudzym dokumentem tożsamości, by uzyskać kredyt, jest aktywnie inicjowanym działaniem przestępczym, natomiast kolejne zachowania są działaniami polegającymi na wykorzystaniu nadarzającej się okazji lub mającymi charakter reaktywny.



Rys. 2. Mapa moralnego permissywizmu konsumentów w sferze finansowej

Źródło: Badania własne

Nieco ponad dwie piąte badanych osób usprawiedliwia zachowanie polegające na zaciąganiu kredytu bez dokładnego zapoznania się z warunkami jego spłaty (40,8%). Zachowanie to nie jest w żaden sposób sankcjonowane prawnie, ma jednak wymiar etyczny. Może bowiem być potraktowane jako sprzeniewierzenie się powinności bycia odpowiedzialnym konsumentem, powinności analizowanej przez badaczy etycznego konsumeryzmu, a także postulowanej przez stowarzyszenia konsumentek. Warto zauważyć, że kredytodawcy mają prawny obowiązek udzielania wyczerpujących i precyzyjnie określonych informacji dotyczących warunków udzielanego kredytu³, toteż lekceważenie tych informacji przez konsumentów stanowi swojego rodzaju grzech zaniechania, w pierwszym rzędzie mogący skutkować stratami jednostki, ale mający także niekorzystne skutki społeczne.

Blisko 46% respondentów usprawiedliwia zachowania polegające na częstej zmianie rachunków bankowych, by uniknąć zajęcia środków przez komornika oraz prawie 48% badanych osób legitymuje zatajanie informacji uniemożliwiających wzięcie kredytu. W najniższej części mapy moralnego permissywizmu Polaków znalazły się zachowania usprawiedliwiane przez ponad połowę responden-

³ Obowiązek ten wynika z Ustawy z dnia 12 maja 2011 roku o kredycie konsumenckim.

tów, czyli płacenie gotówką bez rachunku, by uniknąć VAT-u (52,7%) oraz przepisywanie majątku na rodzinę, by uciec przed wierzycielem (52,8%). Na największy poziom społecznego przyzwolenia, bliski trzem piątym, może liczyć praca na czarno, by uniknąć ściągania długów z pensji (57,5%).

Warto zwrócić uwagę na rozbieżność między deklarowanym w pytaniu wstępnym zdecydowanym poparciem badanych osób dla normy nakazującej oddawanie długów (Rys. 1) a stosunkowo dużym przyzwoleniem na konkretne nadużycia konsumenckie stanowiące naruszenie tej normy. Rozbieżność ta potwierdza prawidłowość polegającą na tym, że ludzie na poziomie ogólnych i abstrakcyjnych deklaracji moralnych są bardziej restrykcyjni niż na poziomie norm szczegółowych i konkretnych zachowań. Podobną zależność wskazującą na rozbieżność opinii ogólnych i szczegółowych demonstrują prace dotyczące preferencji społeczno-ekonomicznych (Frentzel-Zagórska & Zagórski, 1992).

4. Cechy społeczno-demograficzne a przyzwolenie dla nieetycznych zachowań finansowych

Analiza poziomu przyzwolenia dla nieetycznych zachowań finansowych w kontekście cech społeczno-demograficznych ujawnia ciekawe zależności (Tabela 1.). Mają one charakter względnie trwałych relacji powtarzających się w poszczególnych edycjach badania i jednocześnie stanowią szczególne przypadki prawidłowości potwierdzanych w wielu innych analizach, co zapewne w kumulatywny sposób przyczynia się do weryfikacji tych prawidłowości. Najbardziej wyraźną zależnością jest to, że wymagania moralne dotyczące kwestii finansowych rosną wraz z wiekiem. Osoby starsze, szczególnie w wieku emerytalnym, są skłonne usprawiedliwiać konsumenckie nadużycia znacznie rzadziej niż osoby młodsze. Może to być efektem różnicy między pokoleniami spowodowanej funkcjonowaniem w odmiennych systemach gospodarczych lub funkcją naturalnego procesu moralnego rozwoju. Warto podkreślić, że wyższy poziom rygoryzmu etycznego u osób starszych w obszarze zachowań konsumenckich odnotowano także w wielu innych badaniach (Fullerton & Neale, 2010; Rawwas & Singhapakdi, 1998; Fullerton, Kerch & Dodge, 1996; Babakus, Cornwell, Mitchell & Schlegelmilch, 2004; Muncy & Vitell, 1992; Vitell & Muncy, 1992; Fisher, Fullerton & Woodbine, 1999; Fisher, Woodbine & Fullerton, 2003).

Również płeć okazała się zmienną trwale różnicującą respondentów ze względu na poziom moralnego permissywizmu, który w wyższym stopniu przejawiają mężczyźni niż kobiety. Ten wniosek koresponduje z wynikami licznych badań nad uwarunkowaniem moralności przez płeć, wskazujących na niższą tolerancję wobec nadużyć przejawianą przez kobiety (Lewicka-Strzałecka, 2006; O'Fallon & Butterfield, 2005; Reiss & Mitra, 1998; Atakan, Burnaz & Topcu, 2008; Lindenmeier, Schleer & Priel, 2012; You, Maeda & Bebeau, 2011; Meyers-Levy & Loken, 2015; Simga-Mugan, Daly, Onkal & Kavut, 2005).

Zmienną wyraźnie różnicującą badane osoby ze względu na poziom akceptacji nieetycznych zachowań finansowych jest sytuacja gospodarstwa domowego wobec kredytu. Najwyższy poziom moralnego permisywizmu przejawiają te gospodarstwa, które zaciągnęły kredyt lub pożyczkę i mają problem z ich spłatą, znacznie niższy poziom, które zaciągnęły kredyt lub pożyczkę i regularnie je spłacają, jeszcze niższy te, które miały zobowiązanie w instytucji finansowej, ale spłaciły je, zaś zdecydowanie najniższy poziom moralnego permisywizmu charakteryzuje te gospodarstwa, które nigdy nie miały zobowiązania w instytucji finansowej w formie kredytu lub pożyczki.

Tabela 1. Cechy społeczno-demograficzne a Indeks Akceptacji Nieetycznych Zachowań Finansowych

Cechy społeczno-demograficzne	N	Indeks Akceptacji Nieetycznych Zachowań Finansowych ^a
OGÓŁEM	1000	41
Płeć:		
mężczyźni	477	44
kobiety	523	38
Wiek:		
18–29 lat	177	49
30–49 lat	371	46
50–64 lata	242	39
65 lat i więcej	210	28
Sytuacja gospodarstwa domowego wobec kredytu:		
Mamy zaciągnięty kredyt/pożyczkę w instytucji finansowej i regularnie go spłacamy	421	43
Zaciągnęliśmy kredyt/pożyczkę i mamy problem z jego spłatą	56	56
Posiadaliśmy zobowiązanie w instytucji finansowej, ale je spłaciliśmy	270	39
Nigdy nie mieliśmy zobowiązania w instytucji finansowej w formie kredytu lub pożyczki	253	37

^a Mierzony średnią sum odsetek odpowiedzi czasem, często lub zawsze na pytania o możliwość usprawiedliwienia poszczególnych działań

Źródło: Badania własne

5. Aksjonormatywne podstawy moralności konsumenckiej w sferze finansów

Próba rekonstrukcji aksjonormatywnych podstaw, na których opiera się moralność finansowa konsumentów, została podjęta na podstawie pytań o powody usprawiedliwienia nadużyć oraz reakcje towarzyszące brakowi ich usprawiedliwienia,

które uzupełniały ostatnią edycję projektu. Dominującymi argumentami legitymującymi nadużycia konsumenckie w obszarze finansów okazały się zyciowa konieczność w postaci trudnej sytuacji finansowej osoby popełniającej te nadużycia oraz nieuczciwość instytucjonalnych aktorów funkcjonujących w sferze finansów, czyli kredytodawców, pożyczkodawców, ubezpieczycieli, komorników, urzędów skarbowych. Mniej ważnym argumentem usprawiedliwiającym nadużycia konsumenckie, wybieranym średnio przez kilkanaście procent respondentów, było odwołanie się do zasady społecznego dowodu słuszności (Cialdini, 1994), głoszącej, że o poprawności danego działania przesądza to, że jakież osoby je podejmują, słuszne jest to, co robi wiele osób.

Respondenci wyrażają przekonanie, że wymagania dotyczące przestrzegania standardów moralnych lub norm prawnych można rozluźnić wobec osób mających trudności finansowe. Takie trudności usprawiedliwiają w opinii ponad połowy respondentów zatajanie informacji uniemożliwiających wzięcie kredytu oraz pracę na czarno, by uniknąć ściągania długów z pensji. Prawie połowa badanych osób uznaje, że kłopoty finansowe legitymują przepisywanie majątku na rodzinę, by uciec przed wierzycielem, a ponad dwie piąte uważa, że mogą stanowić wytłumaczenie dla płacenia gotówką bez rachunku, by uniknąć ponoszenia kosztów VAT-u. Działania te są traktowane jako skuteczne sposoby radzenia sobie z problemami finansowymi, pewnego rodzaju techniki funkcjonowania we współczesnej rzeczywistości gospodarczej, uważa się, że ich skutek w postaci indywidualnej korzyści konkretnej osoby przeważa nad abstrakcyjnym wymiarem moralnym odwołującym się do dobra ogólnego.

Drugim znaczącym powodem, ze względu na który usprawiedliwane są nadużycia konsumenckie w obszarze finansów, okazał się argument wskazujący na nieuczciwość instytucjonalnych aktorów funkcjonujących w tym obszarze. Argument ten jest najważniejszy w opinii blisko dwu trzecich respondentów dopuszczających zawyżanie wartości poniesionych szkód, by uzyskać nienależne odszkodowanie, ponad połowy osób usprawiedliwiających posługiwanie się cudzym dokumentem, by uzyskać kredyt, blisko połowy respondentów legitymujących częstą zmianę rachunków bankowych, by uniknąć zajęcia środków przez komornika oraz ponad dwu piątych osób usprawiedliwiających płacenie gotówką, by uniknąć obciążenia VAT-em.

Tak mocne akcentowanie zaburzonego ładu instytucjonalnego w obszarze finansowym ma źródło zarówno w wiedzy potocznej czerpanej z osobistych doświadczeń i otoczenia, jak i opartej na wszechobecnym przekazie medialnym. Ten ostatni obejmuje informacje dotyczące wielomilionowych nadużyć popełnianych przez globalnych graczy, a także liczne przypadki codziennych oszustw polegających na namawianiu do zakupu nieodpowiednich lub wręcz niebezpiecznych produktów finansowych, ukrywaniu w umowach niekorzystnych warunków, bagatelizowaniu ryzyka, posługiwaniu się oszukańczą lub zwodniczą reklamą itp. Postrzeganie konsumenta jako ofiary instytucji finansowych kształtuje swoistą moralność retributywną usprawiedliwiającą popełnianie nadużyć dążeniem do wyrównania rachunków. Tego typu usprawiedliwienie jest szczególnym przejawem funkcjonowania reguły wzajemności, zidentyfikowanej i opisywanej przez

psychologów społecznych (Cialdini, 1994). Silnie zakorzeniona w kulturze reguła wzajemności nakazuje w wersji negatywnej złem odpłacać za doznane zło. W relacjach z instytucjami finansowymi zło nie musiało być doświadczone osobiście, ale jego poczucie jest przenoszone i utrwalane przez prawdziwy lub fałszywy, ale przede wszystkim sensacyjny przekaz medialny.

Zwraca uwagę, że w kontekście braku uczciwości instytucjonalnych aktorów funkcjonujących w sferze finansów, wyjątkowo wyraźnie w negatywnym sensie zostali wyróżnieni ubezpieczyciele. Ten ujemny wizerunek branży znajduje odbicie w szerokim przeglądzie nieetycznych działań zakładów ubezpieczeniowych wobec klientów dokonanych przez Rzecznika Ubezpieczonych (Olendzka, 2009), a także w szerokim spektrum mocno krytycznych ocen poszczególnych instytucji wyrażanych na Forum Opinii o towarzystwach ubezpieczeń⁴.

Respondenci nieakceptujący poszczególnych nadużyć bądź zachowań zostali poproszeni o wskazanie potencjalnych reakcji w sytuacji, gdyby dotyczyły one osoby znajomej (Tabela 2). We wszystkich przypadkach dominującą reakcją jest postawa aktywna polegająca na próbie powstrzymania znajomego od niepożądanego działania. Najwięcej respondentów, blisko cztery piąte, starałoby się przekonać go do dokładnego zapoznania się z warunkami spłaty zaciąganego kredytu, co wynika zapewne z troski o jego dobro. Ponad dwie trzecie respondentów starałoby się powstrzymać znajomą osobę od zatajania informacji uniemożliwiającej wzięcie kredytu, ponad trzy piąte od posługiwania się cudzym dokumentem tożsamości, by uzyskać kredyt oraz od niezwrócenia uwagi kasjerowi, który pomylił się na własną niekorzyść, a nieco mniej od zawyżania wartości poniesionych szkód, by uzyskać nienależne odszkodowanie. Ponad połowa respondentów nieakceptujących odpowiednich zachowań deklaruje powstrzymanie znajomego od pracy na czarno, by uniknąć ściągania długów z pensji oraz od płacenia gotówką bez rachunku, by uchylić się od VAT-u, zaś mniej niż połowa od częstej zmiany rachunków bankowych, by uchronić się przed zajęciem środków przez komornika oraz od przepisywania majątku na rodzinę, by uciec przed wierzycielem. Pewnym dopełnieniem aktywnej postawy jest okazanie niechęci osobie znajomej zamierzającej dokonać nieakceptowanego czynu, ponieważ może to ów czyn udaremnić. Zakres takiej dezaprobaty rozciąga się od ponad jednej trzeciej do mniej niż jednej dziesiątej, co obrazuje druga kolumna tabeli 2. Jednak na szczególną uwagę zasługuje przedstawiony w ostatniej kolumnie tabeli 2 zakres deklarowanej bierności obejmujący od jednej dwudziestej do ponad jednej czwartej respondentów, ponieważ poszerza on pole przyzwolenia na nadużycia konsumenckie w sferze finansowej. Inaczej mówiąc, faktyczne przyzwolenie na nieetyczne bądź niezgodne z prawem działania konsumentów składa się nie tylko z akceptacji dla takich działań, ale także nieokazywania wobec nich sprzeciwu.

⁴ http://www.ubezpieczenie.com.pl/forum/opinie_o_towarzystwach_ubezpieczen.

Tabela 2. Reakcje respondentów nieakceptujących poszczególnych nadużyć bądź zachowań w sytuacji, gdyby dotyczyły one osoby znajomej

	Częstość (w %)		
	okazał(a)bym jej dezaprobatę (niechęć)	starał(a)bym się powstrzymać ją od tego działania	nic nie robił(a)bym, lepiej się nie wtrącać
Jeżeli uważa Pan/Pani, że nigdy nie można usprawiedliwić, gdy ktoś posługuje się cudzym dokumentem tożsamości, by uzyskać kredyt, to gdyby była to osoba znajoma, to	34	61	5
Jeżeli uważa Pan/Pani, że nigdy nie można usprawiedliwić, gdy ktoś nie zwraca uwagi kasjerowi, który pomylił się na własną niekorzyść, to gdyby była to osoba znajoma, to	27,9	61,5	10,6
Jeżeli uważa Pan/Pani, że nigdy nie można usprawiedliwić, gdy ktoś zawyża wartość poniesionych szkód, by uzyskać nienależne odszkodowanie, to gdyby była to osoba znajoma, to	24,8	59,3	15,9
Jeżeli uważa Pan/Pani, że nigdy nie można usprawiedliwić, gdy ktoś zaciąga kredyt, nie zapoznając się dokładnie z warunkami spłaty, to gdyby była to osoba znajoma, to	9	79,9	11,1
Jeżeli uważa Pan/Pani, że nigdy nie można usprawiedliwić, gdy ktoś zmienia często rachunki bankowe, by uniknąć zajęcia środków przez komornika, to gdyby była to osoba znajoma, to	27,8	46,2	26
Jeżeli uważa Pan/Pani, że nigdy nie można usprawiedliwić, gdy ktoś zataja informacje uniemożliwiające wzięcie kredytu, to gdyby była to osoba znajoma, to	14,3	67,4	18,3
Jeżeli uważa Pan/Pani, że nigdy nie można usprawiedliwić, gdy ktoś płaci gotówką bez rachunku, by uniknąć płacenia VAT, to gdyby była to osoba znajoma, to	24,1	51,4	24,5
Jeżeli uważa Pan/Pani, że nigdy nie można usprawiedliwić, gdy ktoś przepisuje majątek na rodzinę, by uciec przed wierzycielem, to gdyby była to osoba znajoma, to	35,3	44	20,7
Jeżeli uważa Pan/Pani, że nigdy nie można usprawiedliwić, gdy ktoś pracuje na czarno, by uniknąć ściągania długów z pensji, to gdyby była to osoba znajoma, to	26,4	52,5	21,5

Źródło: Badania własne.

6. Zakończenie

Badanie moralności finansowej konsumentów opiera się na założeniu, że rynek jest miejscem, na którym nie tylko przeprowadzane są transakcje gospodarcze, ale również urzeczywistniane są standardy moralne. Ponieważ sfera finansów odgrywa coraz większą rolę w życiu współczesnego człowieka, może być traktowana jako obszar badań szczególnie użyteczny zarówno w identyfikacji ładu moralnego, jak i w analizie procesu jego przeobrażeń. Koncentracja na normach i ocenach moralnych konsumentów zwraca uwagę na podmiotową rolę słabszej strony wymiany gospodarczej w rynkowych transakcjach i jednocześnie jest wyrazem przekonania o wpływie moralnych standardów konsumenckich na kształt relacji rynkowych. Standardy te mają charakter nieformalnych instytucji, z istoty których wynika, że są silnie ugruntowane w świadomości ludzi i wykazują zdolność do długiego trwania (Gruszevska, 2017). Podobnie jak inne nieformalne instytucje są trafnym odzwierciedleniem istotnych cech organizacji społeczeństwa konstytuujących porządek normatywny regulujący swobodną i efektywną wymianę gospodarczą. Systematycznie przeprowadzane badania pozwalają na weryfikację trwałości tego porządku, zaś analiza wartości Indeksu Akceptacji Nieetycznych Zachowań Finansowych i jego zmian w czasie ułatwi identyfikację pewnych niepisanych reguł postępowania konsumentów, czyli nieformalnych instytucji kształtujących relacje na rynku finansowym.

Bibliografia

- Atakan, M. G. S., Burnaz, S., & Topcu, Y. I. (2008). An empirical investigation of the ethical perceptions of future managers with a special emphasis on gender—Turkish case. *Journal of Business Ethics*, 82(3), 573–586.
- Babakus, E., Cornwell, T. B., Mitchell, V. & Schlegelmilch, B. (2004). Reactions to unethical consumer behavior across six countries. *Journal of Consumer Marketing*, 21(4/5), 254–263.
- CBOS 2013. *Wartości i normy*. Komunikat z badań. BS/111/2013.
- CBOS 2016. *Postawy wobec płacenia podatków*. Komunikat z badań 85/2016.
- Cialdini, R. (1994). *Wywieranie wpływu na ludzi*. Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
- Fisher, J., Fullerton, S., & Woodbine, G. (1999). Today's ethical perspectives of tomorrow's business leaders. *Irish Marketing Review*, 12(2), 48–54.
- Fisher, J., Woodbine, G., & Fullerton, S. (2003). A cross-cultural assessment of attitudes regarding perceived breaches of ethical conduct by both parties in the business/consumer dyad. *Journal of Consumer Behavior: An International Review*, 2(4), 333–353.

- Frentzel-Zagórska, J., & Zagórski, K. (1992). Prywatyzacja i interwencjonizm państwowy w polskiej opinii publicznej. *Studia Socjologiczne*, 3–4, 65–87.
- Fullerton, S., Kerch, K. B., & Dodge, H. R. (1996). Consumer ethics: An assessment of individual behavior in the marketplace. *Journal of Business Ethics*, 15(7), 805–814.
- Fullerton, S., Neale, L. (2010). An assessment of the acceptability of an array of perceived consumer transgressions in the american marketplace. *Journal of Leadership, Accountability and Ethics*, 8(2), 1–27.
- Gruszewska, E. (2017). Instytucje formalne i nieformalne. Skutki antynomii. *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*, 493, 36–50.
- Lewicka-Strzałecka, A. (2006). Moralność ekonomiczna w krajach europejskich. W: H. Domański, A. Ostrowska & P. Sztabiński (red.), *W środku Europy*, (s. 241–265). Warszawa: Wydawnictwo Instytutu Filozofii i Socjologii Polskiej Akademii Nauk.
- Lewicka-Strzałecka, A. (2016). Moralność finansowa konsumentów jako konstrukt teoretyczny i jego empiryczna reprezentacja na przykładzie polskich konsumentów. *Przegląd Socjologiczny*, 3, 41–79.
- Lewicka-Strzałecka, A., & Białowski, P. (2007). Etyka zobowiązań finansowych i stosunek do instytucji upadłości konsumenckiej. W: B. Klimczak & A. Lewicka-Strzałecka (red.), *Etyka i ekonomia* (s. 87–108). Warszawa: Wydawnictwo Polskiego Towarzystwa Ekonomicznego.
- Lindenmeier, J., Schleer, C., & Pricl, D. (2012). Consumer outrage: Emotional reactions to unethical corporate behavior. *Journal of Business Research*, 65(9), 1364–1373.
- Meyers-Levy, J., & Loken, B. (2015). Revisiting gender differences: What we know and what lies ahead. *Journal of Consumer Psychology*, 25(1), 129–149.
- Muncy, J., & Vitell, S. (1992). Consumer ethics: An investigation of the ethical beliefs of the final consumer. *Journal of Business Ethics*, 24(4), 297–311.
- O’Fallon, M. J., & Butterfield, K. D. (2005). A review of the empirical ethical decision-making literature: 1996–2003. *Journal of Business Ethics*, 59(4), 375–413.
- Olendzka, H. (2009). Etyka na rynku ubezpieczeń w Polsce z perspektywy Rzecznika Ubezpieczonych, *Monitor Ubezpieczeniowy* nr 40. https://rf.gov.pl/publikacje/artykuly-pracownikow-i-wspolpracownikow/Halina_Olendzka__Etyka_na_ryнку_ubezpieczen_w_Polsce_z_perspektywy_Rzecznika_Ubezpieczonych__Monitor_Ubezpieczeniowy_n_2441
- Ossowska, M. (1970). *Normy moralne. Próba systematyzacji*. Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe.
- Rawwas, M. Y. A., & Singhapakdi, A. (1998). Do consumers’ ethical beliefs vary with age? A substantiation of Kohlberg’s typology in marketing. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 6(2), 26–38.

- Reiss, M. C., & Mitra, K. (1998). The effects of individual difference factors on the acceptability of ethical and unethical workplace behaviors. *Journal of Business Ethics*, 17(14), 1581–1593.
- Simga-Mugan, C., Daly, B. A., Onkal, D., & Kavut, L. (2005). The influence of nationality and gender on ethical sensitivity: An application of the issue-contingent model. *Journal of Business Ethics*, 57(2), 139–159.
- TNS Polska. (2015). *Postawy konsumentów wobec produktów finansowych w kontekście tzw. polisoloka*, Raport TNS Polska dla Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.
- Tyszka, T., & Sokołowska, J. (1991). Struktura poznawcza i struktura preferencji Polaków w sferze społeczno-ekonomicznej. *Studia Socjologiczne*, 3–4, 29–50.
- Vitell, S. J., & Muncy, J. (1992). Consumer ethics: An empirical investigation of factors influencing ethical judgments of the final consumer. *Journal of Business Ethics*, 11(8), 585–597.
- Vitell, S. J., & Muncy, J. (2005). The Muncy-Vitell consumer ethics scale: A modification and application. *Journal of Business Ethics*, 62(3), 267–275.
- You, D., Maeda, Y., & Bebeau, M. J. (2011). Gender differences in moral sensitivity: A meta-analysis. *Ethics and Behavior*, 21(4), 263–282.

Maciej Soin

Lodz University of Technology

Faculty of Management and Production Engineering

Institute of Social Sciences and Management of Technologies

e-mail: maciej.soin@p.lodz.pl

CSR i etyka przekonañ

CSR and the ethics of conviction

Examples of scandals related to exposing the unethical practices of companies which are classified as CSR leaders include cases where their declarations on undertaking social responsibility, as well as spending a lot of money on spectacular social campaigns and then rigorously reporting it in the appropriate documents, are accompanied by acts of abusing workers' and environmental rights, misleading customers, i.e., abusing consumer rights, and finally "tax optimisation", which generates measurable losses to the local communities. These cases raise the question about the reason for corporate social responsibility not being immune to abuse or opportunities to treat it as merely an image-related issue.

The problem is presented using Max Weber's widely known typology. It contrasts the ethics of conviction (ruled by the principle of intentionally keeping to the rules which have been adopted as being right) with the ethics of responsibility for the consequences of actions, including those that were undertaken in good faith but which have unintentional consequences. The usefulness of Weber's typology when considering CSR problems becomes evident when we notice that the dominant interpretation of the corporate social responsibility concept, with its characteristic emphasis on voluntariness and positivity of actions within CSR, brings this concept closer to the ethics of conviction model. Voluntary actions in the field of CSR should go beyond carrying out regular goals of economic activities, i.e., the maximisation of profits, by providing good quality, desirable goods and services. However, what should be considered a prosocial activity – and thus, social responsibility – remains unclear in some companies.

In accordance with the thesis of the paper, this ambiguity is one of the important factors that create discrepancies between declarations and real corporate activities. As we can see, the focus on voluntarily doing good which has been

adopted in the current interpretation of CSR pre-empt the pursuit to avoid bad practices, both in theory and in the implementation of CSR programmes. Moreover, the CSR-dominant interpretation leads to a particular terminological confusion and replaces the companies' responsibility towards concrete stakeholders, which is appropriate for the economic activity, with an abstractly understood responsibility towards an abstractly understood society. In this sense, the conceptual analysis of the relationship between CSR and ethics reveals that one of the important sources of problems with CSR is joining this concept with an unsuitable model of ethics. This is not because of the alleged defects of the ethics of conviction, appreciated by Weber, among other thinkers, but because it is a model that, in fact, is not suitable for business ethics. If the ethics of conviction is private, then it cannot be used to regulate social relations.

In conclusion, it may be stated that, paradoxically, a dominant way of thinking about the social responsibility of corporations leads more to separation than to bringing together ethics and business. CSR, in its current form, cannot be an efficient means of implementing ethical objectives in business because it defines the issue of social responsibility as a sphere of private beliefs and arbitrary interpretations. Therefore, it undermines the relevance of the proper and socially significant notion of responsibility for economic activities and their consequences. Of course, the CSR concept can and should be modified; the question remains as to whether eliminating the elements that bring it closer to the ethics of conviction does not actually translate into giving it up entirely.

Keywords: CSR, ethics of conviction, ethics of responsibility, Max Weber

JEL Classification: M14, Z13

1. Problem i teza

Przykłady skandali związanych z ujawnieniem nieetycznych działań firm zaliczanych do liderów CSR obejmują przypadki, w których deklaracjom o podejmowaniu społecznej odpowiedzialności, a także przeznaczaniu dużych środków na spektakularne akcje społeczne i ich skrupulatnym wykazywaniu w stosownych raportach, towarzyszą praktyki łamania praw pracowniczych i środowiskowych, wprowadzania klientów w błąd, zatem łamania praw konsumenckich, a wreszcie „optymalizacji podatkowej”, przynoszącej wymierne straty społecznościom lokalnym (cf. m.in.: Jahdi & Acikdilli, 2009; Sikka, 2010; Fassin & Buelens, 2011). Przypadki te skłaniają do postawienia pytania o źródła małej odporności koncepcji społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw na nadużycia i okoliczności sprzyjające traktowaniu jej postulatów jako kwestii czysto wizerunkowej.

Wykorzystany w artykule sposób postawienia tak zarysowanego problemu nawiązuje do znanej typologii Maksa Webera, kontrastującej etykę przekonania

kierowaną przez regułę intencjonalnej wierności zasadom uznanym za słuszne i etykę odpowiedzialności za następstwa działań, również tych, które zostały podjęte z dobrą wolą i przekonaniem, a przyniosły niezamierzone konsekwencje. Przydatność typologii Webera do rozważenia problemów CSR ujawnia się wówczas, gdy zauważymy, że dominująca wykładnia koncepcji społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw wraz z charakterystycznym dla niej akcentem na dobrowolność i pozytywność działań w zakresie CSR zbliża tę koncepcję do modelu etyki przekonań. Dobrowolne działania w zakresie CSR mają zatem wykroczyć poza realizację zwykłych celów działań gospodarczych, to znaczy maksymalizację zysków przez dostarczanie pożądanых towarów i usług odpowiedniej jakości. Co jednak zostanie uznane za działanie prospołeczne – a także za społeczną odpowiedzialność – pozostaje niejasną kwestią decyzji poszczególnych firm, względnie organizacji sporządzających rankingi i zestawienia z zakresu CSR.

Zgodnie z tezą artykułu okoliczność ta należy do ważnych czynników sprzyjających rozbieżności między deklaracjami i rzeczywistymi działaniami przedsiębiorstw. Jak bowiem zauważono, przyjęta w obiegowej wykładni CSR koncentracja na dobrowolnym czynieniu dobra (*doing good*) wypiera dążenie do unikania złych praktyk (*avoiding bad*) zarówno w teoriach, jak i w zastosowaniach programów CSR (cf. Lin-Hi & Müller, 2013). Co więcej, dominująca wykładnia CSR prowadzi do szczególnego zamieszania pojęciowego, zastępując właściwą dla sfery działalności gospodarczej odpowiedzialność firm wobec skonkretyzowanych interesariuszy przez abstrakcyjnie rozumianą odpowiedzialność wobec abstrakcyjnie rozumianego społeczeństwa. W tym sensie pojęciowa analiza związków CSR i etyki przekonań wskazuje, że jednym z ważnych źródeł notorycznych kłopotów z CSR jest związanie tej koncepcji z niewłaściwym modelem etyki. Nie ze względu na domniemane wady etyki przekonań, docenianej wszak również przez Webera, ale dlatego, że jest to model, który nie nadaje się do wykorzystania w dziedzinie etyki biznesu. Jeśli etyka przekonań ma charakter prywatny, to nie nadaje się do regulacji stosunków społecznych.

W konkluzji można zatem stwierdzić, że – paradoksalnie – dominujący sposób myślenia o społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw prowadzi raczej do separacji niż do powiązania etyki i biznesu. CSR w obecnej postaci nie może być efektywnym środkiem implementacji postulatów etycznych w biznesie, ponieważ kwestię społecznej odpowiedzialności uznaje za dziedzinę prywatnych przekonań i arbitralnych interpretacji. Tym samym pomniejsza znaczenie właściwego i społecznie istotnego pojęcia odpowiedzialności za działania gospodarcze i ich konsekwencje. Rzecz jasna koncepcja CSR może i powinna być modyfikowana, pytanie tylko, czy eliminacja elementów zbliżających ją do etyki przekonań nie oznacza w gruncie rzeczy jej zarzucenia.

2. Typologia Webera

Jak wiadomo, Weber nie zajmował się interesującą nas tu typologią zbyt systematycznie i rozróżnienie między „etyką przekonań” (*Gesinnungsethik*) a „etyką odpowiedzialności” (*Verantwortungsethik*) służyło przede wszystkim rozważeniu stosunków między etyką i polityką, a właściwie podkreśleniu swoistości etyki odpowiedniej dla oceny działań politycznych (Weber 1919/2011, s. 309). Co więcej, wykorzystujący to rozróżnienie wykład o polityce jako zawodzie i powołaniu (*Politik als Beruf* – 1919) mieści się w specyficznym kontekście rozliczeń po przegranej wojnie i „nowego otwarcia” w sytuacji ostrej walki politycznej. Z pewnością rozważania o relacjach etyki i polityki nie służyły więc tylko celom opisowym i nie jest całkiem jasne, czy chodzi o „głębokie przeciwieństwo” dwóch postaw etycznych (cf. s. 309) czy też o postawy w gruncie rzeczy komplementarne (s. 319).

Niemniej jednak rozróżnienie między „etyką przekonań” i „etyką odpowiedzialności” faktycznie wyraża istotną różnicę, zwłaszcza gdy potraktujemy je idealnotypologicznie. Jak dowiadujemy się z wykładu Webera, z etyką przekonań mamy do czynienia wówczas, gdy działanie kieruje się regułą bezwzględnej wierności wobec zasad uznanych za słuszne, niezależnie od treści tych przekonań. Bez względu na to, czy chodzi o etykę *Kazania na Górze* czy o „syndykalizm”, ważne jest konsekwentne trzymanie się przyjętych zasad, a nie skutki działań podjętych bądź niepodjętych w ich myśl. Trudność, na jaką w oczach Webera napotyka zastosowanie tak rozumianej etyki przekonań w polityce, wiąże się po pierwsze z tym, że działania podejmowane w myśl przekonań mogą przynosić skutki sprzeczne z przyjętymi wartościami: wynikiem kierowania się regułą niesprzeciwiania się złu może być – i często jest – potęgowanie owego zła. Po drugie, etyka przekonań staje przed problemem uswięcenia środków przez cel, to znaczy musi „odrzuć każde działanie, które stosuje środki moralnie niebezpieczne” (Weber 1919/2011, s. 313). Jeśli charakterystycznym środkiem politycznym jest przemoc, to konsekwentny wyznawca etyki chrześcijańskiej właściwie nie może być skutecznym politykiem. Dlatego wzorcem etyki odpowiedzialności w polityce jest w oczach Webera *Realpolitik*, która z góry dopuszcza zastosowanie wątpliwych moralnie środków w imię wyższego celu. Jest to w gruncie rzeczy rozumowanie w kategoriach rachunku konsekwencji: mniejszego i większego zła, względnie mniejszego i większego dobra. Polityk – jak podkreśla Weber – jest odpowiedzialny również za zaniechanie podjęcia skutecznych działań w imię wierności zasadom.

Jak powiedziano, typologia Webera nie jest całkiem bez wad i stosunkowo łatwo doprowadzić ją do absurdu, wskazując, że przekonania, których konsekwentnie ma się trzymać polityk, mogą zawierać usprawiedliwienie dla wszelkiego rodzaju działań służących założonemu celowi, również stosowania przemocy na wielką skalę. Dlatego ważne jest dostrzeżenie, że działania według zasady wierności przekonaniom mogą zmierzać do tego samego celu, co działania w duchu *Realpolitik* i różnica dotyczy przede wszystkim stosunku do dopuszczal-

nych środków ich osiągnięcia. Ale chodzi też o kryterium oceny etyczności działań. Dlaczego właściwie w etyce przekonania tak ważne jest konsekwentne trzymanie się zasad, za którymi przecież nie stoją gwarancje słuszności? Dlatego, że zasady te są przez działającego uznawane za słuszne i kierowanie się nimi zaświadcza o czystości jego intencji.

Oznacza to, że etyka przekonania jest etyką skoncentrowaną na motywacji, zgodnie z wykładnią nadaną etyce ewangelicznej przez Kanta, który – jak wiadomo – za jedyną rzecz dobrą bez ograniczenia uznał „dobrą wolę” (1785/1984, s. 11). W tym świetle właściwe kryterium oceny działania stanowi jego intencja dochowania wierności zasadom uznanym za słuszne, czyli dobra wola¹. Natomiast etyka odpowiedzialności wysuwa na pierwszy plan możliwe do przewidzenia lub prawdopodobne następstwa działania, a wówczas – bez względu na intencje – zasadniczą kwestią stają się jego rzeczywiste rezultaty, a także skuteczność. Zastosowanie odmiennych kryteriów oceny prowadzi często do sprzecznych wniosków: tak jak z punktu widzenia etyki odpowiedzialności poprzestawanie na dobrej woli może być karygodnym zaniechaniem, tak z punktu widzenia etyki przekonania podejrzane są również działania przynoszące pozytywnie oceniane rezultaty, o ile ich intencje nie były wystarczająco czyste.

Dochodzimy w ten sposób do punktu decydującego dla naszego tematu, to jest pytania o model etyki właściwy dla działań gospodarczych. A w sprawie tej należy zauważyć, że jako kwestia woli etyka przekonania rozgrywa się głównie w sferze *prywatnej*: dotyczy przekonania etycznych, które Weber uważał za (subiektywną) kwestię wyboru i decyzji, a co więcej rządzi się prywatną intencją dochowania wierności tej decyzji. Już z tego względu Weber twierdził, że należyte uwzględnienie swoistości działań politycznych – tak jak w przypadku etyki gospodarczej – musi brać pod uwagę konsekwencje działań i ich zaniechań, również te potencjalne. Dlatego etyka działań politycznych nie może poprzestawać na dobrej woli. Nasze pytanie brzmi: czy prywatna etyka intencji nadaje się do regulacji tego rodzaju stosunków społecznych, jak stosunki gospodarcze, zwłaszcza w warunkach konfliktu zasad, z jakim miał do czynienia Weber i z jakim mamy do czynienia obecnie.

3. CSR jako etyka przekonania

Jakie elementy zbliżają CSR do etyki przekonania? Z pewnością nie to, że przedsiębiorcy i menedżerowie z przekonania realizują cnoty ewangeliczne, nie traktując instrumentalnie swoich interesariuszy i kierując się intencją realizacji wspólnego dobra. Taki model dominuje jednak w dyskusjach o społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw i próbach jej standaryzacji – i tego zwykle domagają się od przed-

¹ Nie wchodzimy tu w żywo dyskutowaną kwestię, czy i w jakim stopniu ta obiegowa wykładnia jest trafną rekonstrukcją poglądu Kanta na temat kryteriów oceny działania (cf. na ten temat np. Höffe, 1995, s. 179 et seq.). Dla naszych celów wystarczy wszak wysunięcie intencji na pierwszy plan, bez względu na to, czy jest to jedyny aspekt działania, jaki należy wziąć pod uwagę, czy nie.

siębiorców i menedżerów koncepcje społecznej odpowiedzialności. Chociaż teoretycy CSR z reguły podkreślają, że warunkiem uznania działań firmy za społecznie odpowiedzialne jest efektywność ekonomiczna i przestrzeganie prawa, to w obiegowej opinii realizacja postulatów CSR ma wykraczać zarówno poza przestrzeganie prawa, jak i poza wykonywanie zwykłych działań firmy.

W istocie już w „piramidzie Carrola”, która miała duży wpływ na kształt dyskusji o CSR w ostatnich trzydziestu latach, tkwi założenie przesądzające o osobliwości pojęcia społecznej odpowiedzialności, o jakiej jest następnie mowa (cf. Carroll, 1991). A to dlatego, że etyczny aspekt społecznej odpowiedzialności nie tylko nie sprowadza się do odpowiedzialności za działania gospodarcze, ale jest przedstawiany w opozycji do tak rozumianej odpowiedzialności. Już to, że cztery rodzaje społecznej odpowiedzialności biznesu wyróżnione przez Carrola (ekonomiczna, prawna, etyczna i filantropijna) tworzą hierarchię, przesuwają problem etyczności poza, ewentualnie ponad właściwą sferę działań firmy. Jak wiadomo, firma przede wszystkim ma być zyskowna (ekonomiczny aspekt odpowiedzialności), a dostarczając dóbr i usług ma spełniać wymogi prawa (prawny aspekt odpowiedzialności). Natomiast odpowiedzialność etyczna w ujęciu Carrola, a tym bardziej filantropijna, wykracza poza przestrzeganie prawa i wiąże się ze wspieraniem sztuki i edukacji, uczestnictwem w działaniach charytatywnych i dobrowolnym wspomaganie takich projektów, które podnoszą jakość życia lokalnej społeczności (1991, s. 41). Wprawdzie – jak zaznaczył Carroll – jego intencją nie była separacja wymienionych rodzajów odpowiedzialności, niemniej jednak jego piramida do takiej separacji prowadzi. Wynika z niej bowiem, że efektywne i zgodne z prawem działania gospodarcze z definicji nie mogą być uznawane za etyczne. Dlatego też w dyskusji na temat typów menedżerów i ich orientacji etycznych zarządzanie zorientowane na literę prawa określone zostaje jako zarządzanie amoralne (*amoral management*) (s. 45).

Ten sposób myślenia zdominował w ostatnich dziesięcioleciach dyskusję o społecznej odpowiedzialności korporacji, przedsiębiorstw i biznesu w ogóle (cf. np. Carroll & Shabana, 2010, którzy istoty CSR upatrują w etycznych – w wyższym sensie – i filantropijnych zobowiązaniach korporacji wobec społeczeństwa). Jak zatem zwrócono uwagę, zarówno praktyka, jak i teoria CSR skoncentrowały się na „czynieniu dobra” (*doing good*), spychając na dalszy plan kwestię „unikania zła” (*avoiding bad*), to jest zapobiegania społecznej nieodpowiedzialności (cf. Lin-Hi & Müller, 2013 i cytowana tam literatura, m.in. Campbell 2007; Lange, Washburn, 2012). Innymi słowy, nacisk na dobrowolność i pozytywność działań w zakresie CSR, ponadobowiązkowe przyczynianie się do podniesienia jakości życia i dobrobytu interesariuszy wyparł kwestię nieszkodzenia im. Tym samym jednak zwykłe pojęcie odpowiedzialności za ewentualne negatywne konsekwencje działań gospodarczych zostało rozpuszczone w etyce przekonań, kierowanej przez zobowiązanie firm do wnoszenia pozytywnego wkładu w realizację pożądanego ideału społecznego.

Chociaż wiadomo, że społeczna odpowiedzialność, o której mówią teoretycy i praktycy CSR, jest nader wieloznaczna i rozmaicie definiowana, to oba wyróżnione wątki specyfikacji programów CSR – dobrowolność i pozytywność – są na

ogół traktowane jako kluczowe składniki ich charakterystyki. Wystarczy wskazać na znane standaryzacje CSR w rodzaju ISO 26000 oraz dokumenty Unii Europejskiej, która, jak wiadomo, przyjmuje hasła CSR jako ważny element swojej ideologii. I tak, zgodnie z informacjami zawartymi w „dobrowolnej Normie Międzynarodowej ISO 26000” (jak te „Wytyczne w sprawie odpowiedzialności społecznej” są określane w towarzyszących jej broszurach) standard ma wspomagać organizacje w przyczynianiu się do zrównoważonego rozwoju i zachęcać je do wykroczenia poza przestrzeganie prawa, nawet jeśli zgodność z prawem jest podstawowym obowiązkiem każdej organizacji i istotną częścią jej społecznej odpowiedzialności (ISO 26000, 1). Wprawdzie definicja społecznej odpowiedzialności, jaką operują wytyczne ISO 26000, mówi o odpowiedzialności organizacji za skutki jej działań na społeczeństwo i środowisko, ma to jednak polegać na *etycznych działaniach*, które przyczyniają się do zrównoważonego rozwoju, w tym dobrobytu i zdrowia społeczeństwa (ISO 26000, 2.18). Chociaż wytyczne zapewniają, że społeczna odpowiedzialność powinna być integralną częścią strategii organizacyjnej, a filantropia nie powinna być substytutem dla takiej integracji (ISO 26000, 3.3.4), to rozwinięcie definicji społecznej odpowiedzialności akcentuje jej dobrowolny charakter: „The essential characteristic of social responsibility [...] is the *willingness* of an organization to incorporate social and environmental considerations in its decision making and be accountable for the impacts of its decisions and activities on society and the environment” (ISO 26000, 3.3.1, podkr. M.S.). Zgodnie z przytoczoną definicją społeczna odpowiedzialność polega więc na *chceniu*, co trzeba uznać za dość osobliwe pojęcie odpowiedzialności.

Podobnie kwestie te wyglądały w dokumentach UE dotyczących społecznej odpowiedzialności. W 2001 r. Komisja Europejska zdefiniowała społeczną odpowiedzialność przedsiębiorstw wprost jako „konceptę, zgodnie z którą przedsiębiorstwa dobrowolnie uwzględniają problematykę społeczną i środowiskową w swojej działalności gospodarczej i stosunkach z zainteresowanymi stronami” (Komisja Europejska, 2001, s. 20). Jak przy tym podkreślono, „being socially responsible means not only fulfilling legal expectations, but also going beyond compliance and investing »more« into human capital, the environment and the relations with stakeholders” (Komisja Europejska, 2001, s. 21).

W dokumencie z 2006 r. CSR została określona jako „konceptja, zgodnie z którą przedsiębiorstwa dobrowolnie uwzględniają problematykę społeczną i ekologiczną w swojej działalności komercyjnej i stosunkach z zainteresowanymi stronami”, przy czym „zgodnie z tą koncepcją przedsiębiorstwa decydują się wykroczyć poza minimalne wymogi prawne i zobowiązania wynikające z układów zbiorowych w celu uwzględnienia potrzeb społecznych” (Komisja Europejska, 2006, s. 2). Warto zauważyć, że w tym dokumencie dobrowolność CSR uzyskała nie tylko oficjalne potwierdzenie, ale i uzasadnienie. Mianowicie:

Ponieważ CSR opiera się przede wszystkim na dobrowolnej postawie przedsiębiorstw, podejście, przy którym na przedsiębiorstwa zostałyby nałożone dodatkowe obowiązki i wymogi administracyjne, miałyby najprawdopodobniej przeciwny skutek i byłoby sprzeczne z zasadami lepszych uregulowań prawnych. (Komisja Europejska, 2006, s. 2–3)

Jak wiadomo, w 2011 r., po wybuchu kryzysu finansowego, w „Odnowionej strategii UE na lata 2011–2014 dotyczącej społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw” komisja sformułowała „nową” definicję CSR, przedstawiając ją jako „odpowiedzialność przedsiębiorstw za ich wpływ na społeczeństwo”, gdzie „poszanowanie dla mającego zastosowanie prawodawstwa [...] jest warunkiem wstępnym wypełniania zobowiązań wynikających z tej odpowiedzialności” (Komisja Europejska, 2011). Jak widać, w tej ostatniej, nadal obowiązującej definicji nie mówi się już o dobrowolności, nie znaczy to jednak, że implementacja postulatów CSR stała się prawnym obowiązkiem, względnie że zmieniło się ujęcie CSR jako wkładu w dzieło społecznego postępu. Wynikiem pokryzysowej refleksji było bowiem zaplanowanie inicjatyw w zasadzie nienaruszających reguły dobrowolności. Zaplanowano więc m.in. (Komisja Europejska, 2011, s. 11–12):

- (1) utworzenie „wielostronnych platform [...], których celem będzie publiczne zobowiązanie się przedsiębiorstw, ich pracowników i innych zainteresowanych stron w kwestiach CSR mających znaczenie dla każdego sektora oraz zapewnienie wspólnego monitorowania postępów”;
- (2) „otwartą debatę z udziałem obywateli, przedsiębiorstw i innych zainteresowanych stron na temat roli i potencjału przedsiębiorstw w XXI wieku”;
- (3) „europejski program nagród dla partnerstw CSR między przedsiębiorstwami a innymi zainteresowanymi stronami”;
- (4) „opracowanie kodeksu dobrych praktyk w zakresie samo- i współregulacji, który powinien przyczynić się do poprawy skuteczności procesu CSR”.

Reakcja komisji na nadużycia związane z traktowaniem programów CSR jako narzędzia wizerunkowego ograniczała się zatem głównie do zaplanowania działań promocyjnych i edukacyjnych. Chyba najbardziej konkretną sprawą, jaką zajęła się komisja, była kwestia wprowadzającej w błąd reklamy związanej z oddziaływaniem produktów na środowisko (tzw. *green-washing*). Kolejnym efektem prac komisji była również dyrektywa Parlamentu Europejskiego w sprawie ujawniania informacji niefinansowych przez duże przedsiębiorstwa i w konsekwencji wprowadzenie obowiązku – również w Polsce – raportowania działań z zakresu CSR dla firm zatrudniających powyżej 500 pracowników. Rzecz jasna obowiązek raportowania nie zmienia dobrowolnego i pozytywnego charakteru CSR i nic dziwnego, że większość „dobrych praktyk” z zakresu CSR – również w Polsce – dotyczy działań o charakterze sponsorskim, charytatywnym i edukacyjnym (cf. Forum Odpowiedzialnego Biznesu, 2018). Realizuje się w ten sposób dominujący model rozumienia społecznej odpowiedzialności.

4. Uwagi krytyczne

Elementem zbliżającym CSR do etyki przekonań jest zatem „dobrowolna pozytywność” – założenie, że podjęcie społecznej odpowiedzialności oznacza dobrowolną realizację działań wykraczających poza zwykłe działania firmy i stanowią-

cych jej specjalny wkład w przekształcanie stosunków społecznych zgodnie z wzorem, który uznany został za stan pożądany. Skoro reguła wierności zasadom budzi na ogół całkiem pozytywne skojarzenia, to nie ma powodu, by uważać, że źródłem kłopotów z CSR jest sam model etyki przekonań, który – jak zresztą zauważył Weber – bez wątplenia w pewnych zastosowaniach jest całkowicie na miejscu. Dlaczego zatem wzorowanie implementacji etyki w sferze biznesu na etyce przekonań może budzić poważne wątpliwości? Zwięzła odpowiedź brzmi: ponieważ ten sposób implementacji nie uwzględnia specyfiki działań gospodarczych, przez co rozmywa właściwe tej sferze pojęcie odpowiedzialności. Sprywatyzowanie etyczności do sfery intencji nie pozwala na właściwe ujęcie relacji między etyką i prawem, a w końcu sprzyja organizacyjnej hipokryzji, rozumianej jako jaskrawe rozmińnianie się etycznych deklaracji i rzeczywistych działań przedsiębiorstw.

Zwróćmy po pierwsze uwagę na konsekwencje określenia społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw jako działań wykraczających poza zwykłe działania firmy i przyczyniających się do „zrównoważonego rozwoju”, względnie społecznego dobrobytu. Jest jasne, że ten sposób rozumienia społecznej odpowiedzialności jest zabiegiem zmieniającym znaczenie słowa odpowiedzialność i oznacza przesunięcie, względnie rozszerzenie jej zakresu na bliżej niesprecyzowany całości kształt stosunków społecznych. Zabieg ten jest skądinąd powodem charakterystycznej nieokreśloności koncepcji CSR, która – jak się często wskazuje – posiada wiele znaczeń i jest na tyle rozmaicie rozumiana, że nie jest wcale jasne nawet to, za co, przed kim i w jakim zakresie odpowiada przedsiębiorstwo (cf. np. Van Marrewijk, 2003; Lockett, Moon & Visser, 2006; Matten & Moon, 2008).

Tymczasem, jeśli (z definicji) odpowiedzialność dotyczy przede wszystkim intencjonalnych działań, a przedsiębiorstwo jest organizacją podejmującą działania gospodarcze, to zwykłe pojęcie odpowiedzialności przedsiębiorstwa dotyczy jego działań gospodarczych, to jest sprzedaży towarów bądź usług, a szerzej maksymalizowania wartości, która jest jego celem. Nawet jeśli wbrew liberalnej definicji biznesu (cf. Sternberg, 1998, s. 50) uznamy, że firma odpowiada nie tylko wobec właścicieli, ale również wobec innych interesariuszy, to nadal nie wynika z tego, iż przedsiębiorstwo odpowiada za coś innego niż podejmowane działania i ich ewentualne skutki uboczne. Możemy zatem przyjąć, że firma odpowiada nie tylko za swoje działania, ale również za sposób, w jaki realizuje swój cel: w tym sensie jest odpowiedzialna wobec interesariuszy wewnętrznych i zewnętrznych, na przykład pracowników i klientów, a także odpowiada za środowiskowe skutki swoich działań. Nie znaczy to jednak, że firma odpowiada i powinna odpowiadać za coś, do czego może się przyczyniać co najwyżej pośrednio i co z punktu widzenia pojedynczego przedsiębiorstwa jest abstrakcją: za zrównoważony rozwój lub społeczny dobrobyt. Równie niejasna, jak treść pojęcia odpowiedzialności, staje się bowiem wówczas kwestia tego, przed kim firma odpowiada za swoje działania, skoro zamiast skonkretyzowanych interesariuszy pojawia się abstrakcyjnie rozumiane społeczeństwo. Jeśli zatem według postulatów CSR firma jest odpowiedzialna za społeczny dobrobyt przynajmniej w tym sensie, że powinna się

do niego przyczyniać, to specyficznie rozumiana pozytywność CSR rozmywa pojęcie odpowiedzialności za działania gospodarcze.

Po drugie, krytycznej analizie domaga się charakterystyczny dla CSR element dobrowolności, to znaczy wymagania, by uczestnicy życia gospodarczego *chcieli* wypełniać postulaty tej koncepcji i przez to realizowali zasady społecznej odpowiedzialności. A w sprawie tej należy zauważyć, że oparcie etyki biznesu na pojęciu dobrej woli uzależnia ocenę działań gospodarczych od czegoś, co z reguły nie jest dla niej istotne. Klientowi jest bowiem w zasadzie obojętne, jakie motywy kierują sprzedawcą towarów lub usług, skoro i tak nie może nic pewnego na ten temat wiedzieć². Niezależnie od tego, czy sprzedawca kieruje się chęcią zysku czy też dobrą wolą, względnie swoimi wyobrażeniami na ten temat, chodzi więc o uczciwą transakcję, której reguły są całkiem dobrze określone i nie mogą zależeć od widzimisię sprzedawcy. Klient kupujący prezerwatywy nie oczekuje od sprzedawcy, że zgodnie z jego przekonaniem religijnym towar zostanie podziurkowany. Ale – z drugiej strony – konserwatywny użytkownik wyszukiwarki internetowej będzie uważał za nadużycie jego zaufania preferowanie w wynikach zapytań stron oferujących „postępowe” treści. W obu przypadkach złamano zasadę dostarczenia towaru bądź usługi zgodnie z oczekiwaną specyfikacją, w imię przekonań uznanych za słuszne przez dostawcę. W obu przypadkach z punktu widzenia klienta jest to działanie nieetyczne.

W sprawie modelu etyki przyjętego na potrzeby CSR najważniejsze jest zatem to, że etyka przekonań jest etyką pierwszoosobową, to znaczy wyznacza postawę jednostki z punktu widzenia jej przekonań wobec tego, co dla niej zewnętrzne. W tego rodzaju zsubiektywizowanej etyce prawidłowe jest to, co się wydaje prawidłowe, w tym sensie etyka przekonań jest etyką prywatną. Ten model pierwszoosobowej etyki nie jest właściwy dla etyki biznesu, ponieważ stosunki gospodarcze są stosunkami *par excellence* społecznymi, wymagającymi intersubiektywnych uzgodnień. Pierwszoosobowy punkt widzenia uzależnia ocenę (a po części i kształt) stosunków społecznych od zmiennego widzimisię ich dominującego podmiotu. Tymczasem efektywna regulacja stosunków społecznych musi mieć charakter zobiektywizowany, co może być osiągnięte nie tylko przez odwołanie się do niezależnej instancji, ale i przez milczące porozumienie. Nawiazujemy w ten sposób rzecz jasna do wyników dociekań Wittgensteina dotyczących kierowania się regułą i prywatnego języka: kierowanie się regułą nie może mieć charakteru wyboru czy interpretacji, gdyż prowadzi to do paradoksu, w którym każdy sposób działania dawałby się uzgodnić z regułą. A sądzić, że kierujemy się regułą, byłoby tym samym, co kierować się regułą (Wittgenstein, 1958/1972, par. 198–202). Jest to ujęcie w ważnym punkcie przeciwstawne w stosunku do Kantowskiej tradycji etyki intencji, w której mieści się również etyka przekonań. Etyka biznesu nie może poprzestawać na tej tradycji, ponieważ ważne jest dla niej to, co podmioty gospodarcze faktycznie robią (a także konsekwencje tego, co robią), a nie to, czy *chcą* działać etycznie.

² Jest nader charakterystyczne, że po wybuchu afery spalinowej, jak donosiła prasa, sprzedaż samochodów Volkswagena w Polsce wzrosła, a nie spadła. Z punktu widzenia postulatów CSR nie jest to, rzecz jasna, przejaw racjonalnej kalkulacji, ale konsumenckiej niedojrzałości naszego rynku.

Po trzecie zwróćmy uwagę, że pokrewieństwo z etyką przekonań i intencji narzuca koncepcji CSR wadliwe ujęcie relacji między etyką i prawem. Jest to ujęcie, zgodnie z którym etyczne działanie nie może polegać na zgodności z prawem, ale musi spełniać dodatkowy warunek autotelicznego ukierunkowania, zatem wykazywać się dobrowolnością (nawiasem mówiąc, Kant wprawdzie twierdził, że jedynie dobra wola jest dobra bez ograniczenia, ale nie znaczy to przecież, że dobre – chociaż z pewnymi ograniczeniami – nie mogą być również inne rzeczy). W istocie w ślad za Carrollem większość teoretyków CSR uważa, że społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw zachodzi w sferze ponadprawnej dobrowolności, często traktowanej w opozycji do zwykłego przestrzegania prawa (cf. np. Berger-Walliser & Scott, 2018 i komentarz w Soin, 2018). Oznacza to jednak, że działania zgodne z prawem z definicji nie mogą być uważane za etyczne, co jednak jest przekonaniem wynikającym z doktrynalnego zastosowania kryterium dobrowolności w ocenie etycznej, ponadto prowadzącym do szczególnego paradoksu: mianowicie jeśli wymagania etyczne, na przykład dotyczące zgodnego z prawdą informowania o sprzedawanym towarze bądź usłudze, zostaną wprowadzone do obowiązującego systemu prawnego, to działania uważane dotąd za etyczne przestają nimi być na skutek reformy prawa.

Konkurencyjny obraz relacji między etyką i prawem nie przeciwstawia więc tych dziedzin, ale przeciwnie, regulacje prawne może traktować jako narzędzie etyki (cf. np. Ostas, 2001). Jest to możliwe dzięki rezygnacji z zastosowania kryterium intencji jako podstawy oceny etycznej. Jeśli kryterium tym nie jest motywacja, ale zgodność z regułą, to wprowadzenie prawnych wymagań dotyczących działalności gospodarczej (ale także każdej innej) oznacza tylko i aż dalszą instytucjonalizację zasad, które do tej pory miały charakter zwyczajowych postulatów. Należy jednak zauważyć, że wraz z tym ujęciem zmienia się treść pojęcia społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw, która przestaje wiązać się z nieokreślonym wkładem do społecznego dobrobytu, ale staje się skonkretyzowaną odpowiedzialnością firmy wobec jej interesariuszy za podejmowane przez nią działania gospodarcze. Dopiero ten powrót do zwykłego pojęcia odpowiedzialności likwiduje rzekomą separację między etyką i biznesem, która jest efektem nakładania na przedsiębiorstwa zadań, które do nich nie należą. W tym sensie źródłem kłopotów z CSR jest nieuwzględnianie specyfiki działań gospodarczych, posiadających wszak dobrze określony cel ekonomiczny. Narzucenie modelu etyki przekonań na działalność gospodarczą jest w gruncie rzeczy próbą zmiany jej definicji. Jeśli jednak nie jest to cel przypadkowy, to trudno się dziwić, że wynikiem nacisku na realizację postulatów CSR jest organizacyjna hipokryzja.

Dobrowolna pozytywność nie tylko nie służy więc implementacji postulatów etycznych w biznesie, ale wręcz sprzyja rozmijaniu się deklaracji o podejmowaniu społecznej odpowiedzialności z praktyką gospodarczą firm. Dodajmy, że wskazane wady koncepcji CSR skłaniały do jej różnie ukierunkowanych reform, zmniejszających podatność tej koncepcji na nadużycia (Soin, 2018). Na przykład Aguinis i Glavas (2013) rozróżnili „zintegrowany” (*embedded*) i „peryferyjny” (*peripheral*) CSR, twierdząc że tylko „integracja” CSR polegająca na powiązaniu postulatów prospołecznych i proekologicznych z głównym obszarem działań i kompeten-

cji firmy jest finansowo korzystna dla przedsiębiorstw podejmujących działania z zakresu społecznej odpowiedzialności. Jednakże, chociaż taki zabieg pozwala wykluczyć z zakresu społecznej odpowiedzialności jej najbardziej krytykowane formy, mianowicie sponsoring i korporacyjną filantropię, to jasne jest, że jego zastosowanie jest ograniczone do tych firm, które działalność prospołeczną i proekologiczną mogą uczynić głównym obszarem swych działań i kompetencji. Model zintegrowanego CSR nadaje się zatem tylko do nielicznych branż (na przykład do produkcji ekologicznych pieców), jawnie nie odpowiadając tym, w których działalność gospodarcza nie przekłada się bezpośrednio na efekty pozagospodarcze. Ale skoro ich działalność polega na dostarczaniu dóbr i usług, na które jest popyt, to ich odpowiedzialność musi dotyczyć właśnie tych działań.

5. Konkluzja

Koncepcja społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw miała być sposobem implementacji postulatów etycznych w biznesie. Jest jednak wątpliwe, czy może ona spełnić tak postawione zadanie, jeśli sednem CSR w obiegowym rozumieniu stała się „dobrowolna pozytywność”, to znaczy koncentracja na intencjonalnym czynieniu dobra. Jest tak z co najmniej kilku względów.

Po pierwsze, ze względu na niejasność pojęcia „społecznej odpowiedzialności”, która stała się odpowiedzialnością za abstrakcyjne dobro abstrakcyjnie rozumianego społeczeństwa. Jeśli „społecznie odpowiedzialna” firma nie tylko może, ale wręcz powinna na własną rękę określić, na czym polega jej wkład w realizację postulatów CSR, to tym samym zamiast odpowiedzialności przedsiębiorstwa za jego działania gospodarcze podstawiony zostaje konstrukt pozbawiony treści i podlegający w zasadzie dowolnej interpretacji.

Po drugie, ze względu na prywatny charakter reguł postulowanych w CSR, odsyłający do tradycji definiowania etyczności przez dobrą wolę. To pierwszoplanowe ujęcie etyki nie nadaje się do implementacji postulatów etycznych w biznesie już z tego względu, że stosunki gospodarcze są stosunkami społecznymi i ich ocena wymaga uwzględnienia punktu widzenia interesariuszy firmy. Dlatego ważniejsze niż intencje i deklaracje firmy są jej rzeczywiste działania i ich konsekwencje.

Po trzecie, ze względu na model relacji między etyką i prawem narzucany przez oparcie CSR na tradycji etyki intencji. Uzależnienie oceny etycznej od intencji przeciwstawia działania zgodne z prawem i działania etyczne, nie pozwalając na uznanie regulacji prawnych za instrument etyki. W efekcie zatem, rozmywając pojęcia dobra i odpowiedzialności, dominujące rozumienie idei CSR utrudnia instruktywną dyskusję etyczną o działalności gospodarczej. Jeśli głównym kryterium etyczności jest dobra wola, to zwykłe działania gospodarcze – jako motywowane zyskiem – nie mogą być przedstawiane jako etyczne już ze względów definicyjnych. W konsekwencji etyka całkowicie rozmija się z działalnością

gospodarczą, co oznacza, że koncepcja CSR pogłębia, a nie znosi separację etyki i biznesu.

W zasadzie nie powinno zatem dziwić, że społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw zarówno przez teoretyków, jak i praktyków CSR traktowana jest coraz częściej jako problem wizerunkowy. Choć skala organizacyjnej hipokryzji skłoniła bardziej wnikliwych badaczy do zajęcia się kwestią, to nie jest wcale powszechnie przyjęte, że rozwiązanie tego problemu wymaga dość radykalnej zmiany sposobu rozumienia idei społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw. Jeśli w podsumowaniu można zatem stwierdzić, że – paradoksalnie – powiązanie CSR z wzorem etyki przekonań raczej oddala niż przybliża implementację etyki w działalności gospodarczej, to trzeba też zwrócić uwagę na podwójny charakter tego paradoksu. Z jednej bowiem strony CSR wiąże się z wzorcem etyki przekonań tym, czego się domaga od odpowiedzialnych przedsiębiorców: dobrowolnej realizacji działań prospołecznych, wykraczających poza działania gospodarcze. Z drugiej jednak strony można stwierdzić, że teoretyczna dyskusja wokół CSR w znacznej mierze przebiega według wzoru etyki przekonań. Przeciętny autor tekstu o społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw ma zatem wiele do powiedzenia o sposobach raportowania dokonań firmy w tym zakresie, względnie o zaletach, jakie przynosi wdrażanie CSR, ale nie dba z reguły o konsekwencje rozpowszechnianej przez siebie koncepcji. Pomija więc w szczególności łatwy do stwierdzenia rozziw między deklaracjami w zakresie CSR i faktycznymi działaniami firm, generowany – między innymi – przez „dobrowolną pozytywność”. Znaczy to jednak w najlepszym razie, że sam kieruje się wzorem takiej etyki światopoglądowych przekonań, w której deklaracje i działania stanowią odrębne sfery.

Pozwala to nieco inaczej niż się ostatnio przyjęło potraktować krytyczne wypowiedzi o CSR Friedmana i jego zwolenników, które uważa się zwykle za zdezaktualizowane przeżytki ekonomicznego (neo)liberalizmu. Choć trudno byłoby obecnie bronić tezy redukującej społeczną odpowiedzialność menedżerów spółki do odpowiedzialności wobec jej właścicieli, a zatem akcjonariuszy, to trzeba zwrócić uwagę, że krytyka rozszerzania społecznej odpowiedzialności menedżerów była w istocie obroną swoistości działalności gospodarczej, wraz z ukierunkowaniem na zysk jako jej konstytutywną cechę. Jak pamiętamy, podobne były motywacje typologii Webera, który domagał się uwzględnienia swoistości sytuacji etycznej polityka ocenianego wszak między innymi z punktu widzenia skuteczności. Zestawienie problemów CSR z typologią Webera pozwala zatem uwydatnić specyfikę etycznej oceny działań gospodarczych. A w tym świetle zadaniem etyki biznesu nie jest przeobrażenie przedsiębiorców i menedżerów w prospołecznych aktywistów, ale skuteczna implementacja postulatów etycznych w relacjach firmy z jej interesariuszami. Podstawowym środkiem tego rodzaju działań są zaś regulacje prawne, o czym można się przekonać na przykładzie sukcesów w zakresie prawa pracy, uprawnień konsumenckich, a także ochrony środowiska.

Bibliografia

- Aguinis, H., & Glavas, A. (2013). Embedded versus peripheral corporate social responsibility: Psychological foundations. *Industrial and Organizational Psychology*, 6, 314–332.
- Berger-Walliser, G., & Scott, I. (2018). Redefining corporate social responsibility in an era of globalization and regulatory hardening. *American Business Law Journal*, 55(1), 167–218.
- Campbell, J. L. (2007). Why would corporations behave in socially responsible ways? An institutional theory of corporate social responsibility. *Academy of Management Review*, 32(3), 946–967.
- Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, 34(4), 39–48.
- Carroll, A. B., & Shabana, K. M. (2010). The business case for corporate social responsibility: A review of concepts, research and practice. *International Journal of Management Reviews*, 12(1), 85–105.
- Fassin, Y., & Buelens, M. (2011). The hypocrisy-sincerity continuum in corporate communication and decision making: A model of corporate social responsibility and business ethics practices. *Management Decision*, 49(4), 586–600.
- Forum Odpowiedzialnego Biznesu. (2018). Raport Odpowiedzialny biznes w Polsce. Dobre praktyki. <https://odpowiedzialnybiznes.pl/publikacje/raport-2018>
- Höffe, O. (1995). *Immanuel Kant* (M. Kaniowski, tłum.). Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- ISO 26000. (2010). International Standard Guidance on social responsibility. <https://www.iso.org/iso-26000-social-responsibility.html>
- Jahdi, K. S., & Acikdilli, G. (2009). Marketing communications and corporate social responsibility (CSR): Marriage of convenience or shotgun wedding? *Journal of Business Ethics*, 88(1), 103–113.
- Kant, I. (1785/1984). *Uzasadnienie metafizyki moralności* (M. Wartenberg, tłum.). Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe.
- Komisja Europejska. (2001). Promoting a European framework for Corporate Social Responsibility. <http://ec.europa.eu/transparency/regdoc/rep/1/2001/EN/1-2001-366-EN-F1-1.Pdf>
- Komisja Europejska. (2006). Realizacja partnerstwa na rzecz wzrostu gospodarczego i zatrudnienia: uczynienie Europy liderem w zakresie odpowiedzialności społecznej przedsiębiorstw. <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2006:0136:FIN:PL:PDF>
- Komisja Europejska. (2011). Odnowiona strategia UE na lata 2011–2014 dotycząca społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw. <http://ec.europa.eu/transparency/regdoc/rep/1/2011/PL/1-2011-681-PL-F1-1.Pdf>

- Lange, D., & Washburn, N. T. (2012). Understanding attributions of corporate social irresponsibility. *Academy of Management Review*, 37(2), 300–326.
- Lin-Hi, N., & Müller, K. (2013). The CSR bottom line: Preventing corporate social irresponsibility. *Journal of Business Research*, 66(10), 1928–1936.
- Lockett, A., Moon, J., & Visser, W. (2006). Corporate Social Responsibility in management research: focus, nature, salience and sources of influence. *Journal of Management Studies*, 43(1), 115–136.
- Matten, D., & Moon, J. (2008). “Implicit” and “Explicit” CSR: A conceptual framework for a comparative understanding of corporate social responsibility. *Academy of Management Review*, 33(2), 404–424.
- Ostas, D. T. (2001). Deconstructing corporate social responsibility: Insights from legal and economic theory. *American Business Law Journal*, 38(2), 261–299.
- Sikka, P. (2010). Smoke and mirrors: Corporate social responsibility and tax avoidance. *Accounting Forum*, 34(3), 153–168.
- Soin, M. (2018). CSR i problem organizacyjnej hipokryzji. *Prakseologia*, 160, 223–241.
- Sternberg, E. (1998). *Czysty biznes. Etyka biznesu w działaniu* (P. Łuków, tłum.). Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Van Marrewijk, M. (2003). Concepts and definitions of CSR and corporate sustainability: Between agency and communion. *Journal of Business Ethics*, 44(2–3), 95–105.
- Weber, M. (1919/2011). *Polityka jako zawód i powołanie* (A. Kopacki, tłum.). W: M. Weber, *Racjonalność, władza, odczarowanie* (red. M. Holona). Poznań: Wydawnictwo Poznańskie.
- Wittgenstein, L. (1958/1972). *Dociekania filozoficzne* (B. Wolniewicz, tłum.). Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe.

Robert Sroka

Kozminski University

Department of Entrepreneurship and Ethics in Business

e-mail: rsroka@kozminski.edu.pl

„Doregulacja”. Nieprecyzyjność prawa jako nowa przyczyna wyznaczania standardów postępowania przez organizacje branżowe w procesie samoregulacji

The imprecision of the law as a new source of setting standards of conduct by industry organizations in the process of self-regulation

Over the last few years, a change has been noticed in the approach to shaping legal regulations in the economic field, and this has become the motive for a new approach to self-regulation. The change consists in the fact that the legislator mainly defines the purpose of a regulation, the regulatory framework, and the sanctions. However, it does not contain specific provisions indicating how an economic entity should fulfill the purpose of a given regulation. Thus, it leaves the broad sphere undefined. The legislator indicates what is expected, what the sanction for non-compliance will be, but it does not indicate exactly how business owners should achieve this compliance.

The aim of the article is to describe a new trend of self-regulation, from the perspective of the role that industry organizations can play. Three examples of new acts in the field of commercial law are analyzed, which are characterized by a lack of clarity and are part of the case-law framework. Two initiatives of an industry organization which clarify unclear legal provisions are pointed out. The analyses make it possible to state that the industry organizations are able to take responsibility for interpretations of imprecise regulations in the field of commercial law. The organizations are also able to set standards of conduct and develop industry self-regulation so that they are respected by the industry and the legislator as a response to the new model of shaping the law.

Keywords: industry self-regulation, business ethics, business law, industry standard, industry organizations

JEL Classification: K20, M14

1. Wprowadzenie

Dokonując analizy historycznej, możemy wskazać trzy dominujące dotychczas motywy powstawania samoregulacji wypracowywanych przez organizacje branżowe. Pierwszy wynikał z faktu, że podmioty lub jednostki działające w danej branży podejmowały próbę spisania w formie kodeksu postępowania nieformalnych praktyk rynkowych po to, aby wskazać je jako pewien punkt odniesienia dla podmiotów funkcjonujących w tym samym sektorze. Było to nic innego jak sformalizowanie funkcjonujących już obyczajów, norm lub standardów. Drugi motyw wypływał z faktu nieetycznych lub nieprawidłowych praktyk pewnych podmiotów z branży, które oddziaływały negatywnie, najczęściej finansowo, nie tylko na pozostałe podmioty, lecz również na użytkowników korzystających z wadliwych produktów lub niskiej jakości usług. W takiej sytuacji część podmiotów gospodarczych i/lub osób z branży potępiała tego typu zachowania i na drodze dialogu ustalała na zasadzie samoregulacji pewien standard lub normę. Trzeci typ motywacji to obrona przed regulacją. Branża, broniąc się przed narzuceniem regulacji unijnych lub krajowych, wprowadzała w akcie samoobrony własne standardy lub normy postępowania. Wpływało to z faktu, że prawo wypracowane na przykład przez administrację centralną niekoniecznie pozytywnie wpłynęłoby na jej rozwój poprzez albo zbyt rygorystyczne, albo nieodpowiednio dostosowane przepisy, co często wynika z braku dogłębnej wiedzy ustawodawcy na temat sposobu funkcjonowania danego sektora. Dlatego też sama branża zobowiązywała się do wypracowania wewnętrznych regulacji, norm, ograniczeń, które rozwiązywałyby problem, który ustawodawca chciał uregulować, ale tak, aby zaproponowane rozwiązania były dostosowane do jej specyfiki.

W ciągu ostatnich kilku lat obserwujemy pewną zmianę w podejściu do kształtowania regulacji prawych odnoszących się do życia gospodarczego, która staje się motywem do wyłonienia się czwartego podejścia do samoregulacji, określonego przez autora słowem „doregulacja”. Zmiana ta polega na tym, że ustawodawca w akcie prawnym określa przede wszystkim cel regulacji, jej ramy i sankcje, natomiast nie zawiera w nim konkretnych przepisów wskazujących, jak podmiot gospodarczy ma ten cel wypełnić. Pozostawia zatem szeroką sferę jako niedookreślaną. Ustawodawca wskazuje, czego oczekuje, jakie będą sankcje za brak zgodności z przepisami, natomiast nie podaje dokładnie, jak ta zgodność ma być osiągnięta przez przedsiębiorców.

Oprócz niepewności, wobec której staje w takiej sytuacji podmiot gospodarczy, dostrzec można dwie główne konsekwencje takiego sposobu kształtowania

prawa. Pierwsza, na poziomie praktyki działania spółek, to konieczność wypracowania skutecznego sposobu takiego postępowania, które zapewni zgodność z prawem. Druga, którą można rozważać na poziomie etyki biznesu, to zmiana w sposobie realizacji etycznej zasady odpowiedzialności. Mamy wszakże do czynienia ze zjawiskiem, dotąd na tak dużą skalę niespotykanym w zakresie prawa gospodarczego, przenoszenia odpowiedzialność za sposób realizacji wymagań prawnych – dodajmy, coraz bardziej nieprecyzyjnych – na przedsiębiorców. Pravidawca, kształtując prawo w ten sposób, oczekuje od przedsiębiorców, że sami zinterpretują konkretne przepisy i zastosują takie siły i środki, które zapewnią zgodność z nimi.

Problem związany z pierwszą konsekwencją pojawia się w momencie, gdy przedsiębiorca nie jest pewny, czy sposób rozumowania i zastosowane środki zagwarantują skuteczną realizację narzuconych przepisów. Nie wie również, czy sąd, w przypadku potencjalnego procesu, uzna je za wystarczające. Natomiast druga konsekwencja ma źródło w braku odpowiednich, wspólnych standardów etyki w biznesie, które respektowane byłyby przez konkurentów. A takie mogą zostać wypracowane jedynie w dialogu, na bazie konsensusu branżowego. Praca indywidualna pojedynczego przedsiębiorcy na nic się zda, jeśli nie zostanie osiągnięta zgoda na poziomie kluczowych graczy (najczęściej konkurentów) w danej branży.

Jednym ze sposobów ustalenia, czy przedsiębiorca dochował należytej staranności, wdrażając przepisy prawa, z jakich może skorzystać zarówno on sam, jak i sąd, jest próba porównania z jakimś standardem powszechnie stosowanym przez innych przedsiębiorców. Na to musi być jednak zgoda najważniejszych podmiotów działających w danej branży.

Pytania, jakie należy w tym kontekście rozważyć, brzmią: czy organizacje branżowe w Polsce są w stanie:

- (1) wziąć na siebie odpowiedzialność za interpretację niedookreślonych przepisów w zakresie prawa gospodarczego i wyznaczenie standardów działania respektowanych przez sąd podczas potencjalnych spraw sądowych?
- (2) wypracować samoregulację branżową tak, aby była respektowana przez branżę i ustawodawcę jako odpowiedź na nowy model kształtowania przepisów prawa?

Celem niniejszych rozważań jest opisanie wspomnianego powyżej czwartego trendu samoregulacji, które na potrzeby tego artykułu określam mianem „doregulacji”, z perspektywy roli, jaką mogą spełniać organizacje branżowe.

2. Przykłady nowego typu regulacji

W przeszłości przedsiębiorcy wielokrotnie kierowali zarzut niejednoznaczności wobec regulacji odnoszących się do działalności gospodarczej. Niemniej jednak taka niejednoznaczność była wówczas postrzegana jako wynik niestaranności ustawodawcy lub nieumyślnego użycia niewłaściwych wyrazów bądź fraz. Od

kilku lat natomiast mamy do czynienia z celowym zabiegiem ustawodawcy polegającym na niedookreśleniu regulacji. Ustawodawca mówi, co ma być zrobione, ale nie wskazuje, jak ma to być zrobione. Pozostaje to w sprzeczności z jedną z podstawowych zasad systemu prawnego, jaką jest postulat jasności. Wymaga on, aby prawo było zrozumiałe dla tych, którzy mają je stosować i go przestrzegać (Tokarczyk, 2009).

Dodajmy, że na poziomie teorii filozofii prawa taki nieprecyzyjny sposób kształtowania przepisów prowadzi w stronę prawa precedensowego, to znaczy takiego, którego cechą wyróżniającą jest możliwość stanowienia prawa przez sędziów w określonych okolicznościach. Opisując ten sposób tworzenia przepisów, Marek Zirk-Sadowski (2011) podkreśla, że to decyzja sądu tworzy nową regułę rozstrzygnięcia, stosowaną później przez inne sądy w sprawach tego samego typu. Precedensem nie jest tutaj wyrok, ale zawarta w nim reguła, w oparciu o którą zapadł wyrok. Natomiast sąd może wziąć pod uwagę powszechnie obowiązującą praktykę.

Zanim przejdziemy do opisu kształtowania wybranych standardów rynkowych, przyjrzyjmy się trzem przykładom nowych legislacji w zakresie prawa gospodarczego, charakteryzujących się brakiem jasności i wpisujących się w ramy prawa precedensowego. Wydaje się, że ostateczna decyzja o poprawności ich stosowania będzie należała do sędziów. Dwa przykłady mają źródło w prawie Unii Europejskiej, a trzeci w polskiej inicjatywie ustawodawczej. Spośród zaprezentowanych przykładów dwa już obowiązują przedsiębiorców – to Rozporządzenie MAR wraz z Dyrektywą MAD II oraz zmieniona Ustawa o rachunkowości. Natomiast Ustawa o jawności życia publicznego w momencie przygotowania niniejszego artykułu była w trakcie procesu legislacyjnego.

Rozporządzenie MAR i Dyrektywa MAD II

16 kwietnia 2014 r. uchwalone zostały: Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady nr 596/2014 w sprawie nadużyć na rynku oraz uchylające dyrektywę 2003/6/WE Parlamentu Europejskiego i Rady i dyrektywy Komisji 2003/124/WE, 2003/125/WE i 2004/72/WE (*Market Abuse Regulation*) określane jako Rozporządzenie MAR oraz Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady nr 2014/57/UE w sprawie sankcji karnych za nadużycia na rynku (*Market Abuse Directive*) określana jako Dyrektywa MAD II. Większość przepisów Rozporządzenia MAR obowiązuje od 3 lipca 2016 roku. Rozporządzenie MAR, w odróżnieniu od Dyrektywy MAD II, jest bezpośrednio skuteczne. Oznacza to, że nie istniała potrzeba jego transpozycji do krajowego porządku prawnego.

Jak zaznacza Piotr Biernatowski (2017), asumptem do prac nad zapewnieniem prawidłowego funkcjonowania rynków kapitałowych był kryzys finansowy z 2008 roku. Jak wskazano w uzasadnieniu do projektu ustawy, miała ona zmierzać do zwiększenia ochrony inwestorów przy zapewnieniu integralności rynku. Mają temu służyć m.in. wzmocnienie uprawnień organów nadzoru niezbędnych do przeprowadzania postępowań dotyczących nadużyć na rynku oraz zaostrzenie kar za takie nadużycia.

Wejście w życie Dyrektywy MAD oraz Rozporządzenia MAR spowodowało zasadniczą zmianę modelu raportowania na rynku kapitałowym. Wśród wielu zmian kluczową jest zniesienie dwutorowości wynikającej z przekazywania informacji objętych raportami bieżącymi oraz ujawnianymi w odrębnym trybie informacji poufnych. Nowością jest również to, że raportowanie jest uzależnione od autonomicznej decyzji emitenta, czy dana informacja stanowi dla niego informację poufną w myśl cech ogólnych określonych w Rozporządzeniu MAR. Tym samym spółki nie mają ścisłych wytycznych stanowiących podstawę do raportowania, które wcześniej ujęte były w Rozporządzeniu Ministra Finansów z 19.02.2009 r. w sprawie informacji bieżących i okresowych przekazywanych przez emitentów papierów wartościowych oraz warunków uznawania za równoważne informacji wymaganych przepisami prawa kraju niebędącego państwem członkowskim. Zdaniem Iwony Gębusi (2019) z praktycznego punktu widzenia większy zakres swobody w kategoryzacji danego zdarzenia jako stanowiącego informację poufną przełoży się na intensyfikację ryzyka obciążającego zarząd emitenta. Podobną opinię prezentuje Leszek Koziorowski, zdaniem którego od momentu wejścia w życie Rozporządzenia MAR wypełnianie obowiązków informacyjnych przez spółki publiczne opiera się wyłącznie na podstawie prawnej w postaci tego właśnie rozporządzenia na temat informacji poufnych, a nie rozporządzenia o informacjach bieżących i okresowych. Oznacza to, że to na polskich spółkach publicznych ciąży obowiązek zaklasyfikowania, czy dane zdarzenie jest informacją poufną, którą należy opublikować, czy też nie. Dotychczasowy obowiązek publikacji raportów bieżących w przypadku ziszczenia się któregoś ze zdarzeń wymienionych w rozporządzeniu o informacjach bieżących i okresowych wygasł. Zakres obowiązkowego raportowania przez spółki publiczne jest determinowany wyłącznie przez definicję informacji poufnej określoną w Rozporządzeniu MAR. To z kolei, podkreślmy ponownie, przesądza o większej odpowiedzialności zarządów spółek publicznych związanej z kwalifikacją danego zdarzenia jako informacji poufnej. Mamy do czynienia ze zwiększonym ryzykiem ciążącym na zarządach spółek publicznych w związku z wykonywaniem obowiązków informacyjnych, a przede wszystkim brakiem wytycznych w tym zakresie (Koziorowski, 2014).

Nowe przepisy nie określają w sposób ścisły wysokości pieniężnych kar administracyjnych, które mogą być nałożone w związku z naruszeniami obowiązków wynikających z rozporządzenia, ale wskazują wspólne dla wszystkich państw członkowskich Unii Europejskiej górne granice sankcji, w sposób znaczący przewyższające te obowiązujące do tej pory w polskim prawie. Najważniejsza sankcja to ta nakładana na emitenta za niewłaściwe wykonywanie obowiązków w zakresie publikacji informacji poufnych – działanie to zagrożone jest karą do 10 milionów złotych lub 2 procent przychodu. W przypadku spółek, których przychody sięgają 100 miliardów złotych, maksymalna kara może być o wiele wyższa.

Ustawa o rachunkowości

Innym aktem prawnym odnoszącym się do rynku kapitałowego, a pozostawiającym duże pole do interpretacji, jest Ustawa o rachunkowości, a konkretnie część dotycząca ujawniania informacji niefinansowej. W Dzienniku Ustaw z 11 stycznia 2017 roku opublikowano ustawę z dnia 15 grudnia 2016 r. o zmianie ustawy o rachunkowości. Nowelizacja ustawy o rachunkowości była związana z implementacją dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady 2014/95/UE z 22 października 2014 r. zmieniającej dyrektywę 2013/34/UE w odniesieniu do ujawniania informacji niefinansowych i informacji dotyczących różnorodności przez niektóre duże jednostki oraz grupy (Dz. Urz. UE L 330 z 2014 r. ze zm.). Weszła ona w życie 26 stycznia 2017 r. Przepisy ustawy o rachunkowości w nowym brzmieniu miały zastosowanie po raz pierwszy do sprawozdań sporządzonych za rok obrotowy rozpoczynający się 1 stycznia 2017 r. Nowelizacja ustawy miała na celu zwiększenie transparentności informacji społecznych i środowiskowych w obszarze społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw (*corporate social responsibility*, CSR), a także podwyższenie ich spójności i porównywalności.

Pierwszą dowolnością, jaką daje ustawa, wpływającą na przerzucenie odpowiedzialności na zarządzających, jest forma tego raportowania. Spółki mogą zamieszczać wymagane informacje w ramach sprawozdania z działalności albo sporządzać odrębne sprawozdanie na temat informacji niefinansowych. Przy raportowaniu niefinansowym jednostka przedstawia informacje w zakresie, w jakim są one niezbędne dla oceny rozwoju, wyników i sytuacji jednostki oraz wpływu jej działalności w takich obszarach, jak prawa człowieka, środowisko naturalne, warunki pracy, oddziaływanie społeczne czy przeciwdziałanie korupcji. W każdym przypadku konieczne będzie zamieszczenie co najmniej następującego zakresu informacji: zwięzły opis modelu biznesowego jednostki, kluczowe niefinansowe wskaźniki efektywności związane z jej działalnością, opis polityk stosowanych w odniesieniu do zagadnień społecznych, pracowniczych, środowiska naturalnego, poszanowania praw człowieka oraz przeciwdziałania korupcji, a także opis rezultatów stosowania tych polityk, opis procedur należytej staranności – jeżeli jednostka je stosuje w ramach powyższych polityk. Wymagany będzie także opis istotnych ryzyk związanych z działalnością jednostki, mogących wywierać niekorzystny wpływ na zagadnienia społeczne, pracownicze, środowiska naturalnego, poszanowania praw człowieka oraz przeciwdziałania korupcji, w tym tych związanych z produktami jednostki lub jej relacjami z otoczeniem zewnętrznym, między innymi z kontrahentami, a także opis zarządzania tymi ryzykami. Przy tej sprawozdawczości przyjęto założenie, że jednostki będą miały obowiązek przestrzegania zasady „stosuj lub wyjaśnij” (*comply or explain*). Oznacza to, że jeśli dany podmiot nie prowadzi polityki w zakresie jednej lub kilku powyższych kwestii, będzie miał obowiązek ujawnić ten fakt wraz z podaniem przyczyn.

W „Zeszytach Metodycznych Rachunkowości” zaznaczono, że ani ustawa, ani przepisy UE nie precyzują, według jakich zasad ma być sporządzana sprawozdawczość niefinansowa. Dlatego też jednostka może stosować zasady dobrowolne, w tym własne, krajowe, unijne lub międzynarodowe standardy, normy czy

y {v|el pg}*Wprowadzono obowiązek raportowania niefinansowego."4239-0Rqpcf/vq" wucy c."qr t>e| "y un| cplc." lcn|ej "qdu| ct>y "o cl "f qv|el { "kphqto celg." plg" r tge{| wlg."lcn|gi q'tqf| clw'o cl "d{ "vq"lphqto celgÖP kg'r qf clg'cpk'lej "n|w|c|q| w'cpk" y un| cplm>y Ö

Rqf o kv."m>t {"cndq"plg"rt| {i qwlg"ur tcy q| f cplc"pc"vgo cv'lphqto celk'plg|k/pcpuqy gl."cndq"rt| {i qwlg"lg'y "ur qu>d"plgqfr qy kcf cl e{ "egn|o "k| cucf qo "rt| gr k'w>y "wucy {"o q g"| quc "qdl v|"ucpn|elco kÖ"Y "rt| {r cf mw"ur >|m| i lg|qy {ej "o >y ko {"q"fy >ej " t>f |e|j "ucpn|elk'qntg n|pgl" wucy "q"tcej w|n|qy q ek'qtel "qf/ r qy kgf| k|rpq ek' c'plgy |e|y g'y {n|p|c|plg'qntguqy {ej "qdqy k| m>y "lphqto ce{|/ p|ej Ö'Rkq" "D|g w un|k'y un| wlg." g"| i qf plg"|"ctvÖ'99" wucy {"q"tcej w|n|qy q ek' švgp."mq"y dtgy "rt| gr kuqo "f qr w|e| c"fq"plgur qt| f| gp|c"ur tcy q| f cplc"|"ct| f w'| "f| k|c|p|q ek"ur tcy q| f cplc"|"f| k|c|p|q ek'i tw {"ner kc|y gl"r qf r|gi c"i t| {y plg" n|d"n|et| g'r|q| dcy k|p|c"y q|p|q ek'f q"n|v"4" cndq"qdw'v|o "n|etqo "e|e| plgöÖP cvqo kcu" |i qf plg"|"ctvÖ'99; "vgp. šmq"y dtgy "rt| gr kuqo "wucy {"plg"un|ef c"|"i _"ur tcy q| f cplc" | "f| k|c|p|q ek"ur tcy q| f cplc"|"f| k|c|p|q ek'i tw {"ner kc|y gl"|"i _"y g'y |e|y {o " tgl|gut| g'u f qy {o . "plg" co k|u|e| c'pc"utqplg'k|p|gt|p|g|y gl "lgf p|qu|nk'f qmwo gp>y ." q m>t|ej "o qy c'y "ctvÖ'6; d"vunÖ; "j| _"r qf r|gi c"i t| {y plg" cndq"n|et| g'q| t|c|p|e| gp|c y q|p|q eköÖY "wucy kg"q"q|ht|ek|e| {vc| {"." g'lg grk'go k|gp|v|plg'y {n|p|w|g'cndq'plg|pc/ r|g {elg"y {n|p|w|g'q|dqy k| n|k'y " |c|nt|g|g|k|p|ht|o celk'qntguqy {ej ."M|qo kulc" P cf| qt w' H|k|pcpuqy g| q'ö q g'y {f c "f ge{| | "q'y {m|w|e| gp|k|w'r cr lgt>y "y ctvq ek|y {ej " |qdtqw' pc"t| {p|mw't|g| w|qy cp{o "cndq"pc|q| {"n|et "r lgp|k p "f q"y {uq|n|q ek'7"o k|k|p>>y" | |q/ v|ej "cndq"n|y qv| "ucp|qy k egl"t>y p|qy ctvq "7" "ec|q|y k|g| q"t|q|e| p|g| q"rt| {ej qf w' y {n|e| cp|g| q"y "quc|p|ko " |d|c|f| cp{o "ur tcy q| f cplk'w' h|k|pcpuqy {o " |c"t|q|n| qdtqvqy {" lg grk'rt| g|nt|c|e| c"qpc"7"o k|k|p>>y " |e|cndq" |cuquqy c "qdlg"ucpn|e|g"e|e| plgöÖP cvq/ o kcu'y "rt| {r cf mw'p|ctw| gp|c"q|dqy k| m>y ." q m>t|ej "o qy c'y "vunÖ'3g."M|qo kulc" o q g'pc|q| {"pc"quqd ."m>t|c'y "v|o "qnt|g|g|k|r g|k|e" |m|p|n|e| "e| |q|p|n|e" |ct| f w'ur >|k| r v|d|e| p|g|."n|et "r lgp|k p "f q"y {uq|n|q ek'ö k|k|p|c"|" |q|v|ej ."c'y "rt| {r cf mw'e| |q|p|n|e" tcf {"p|cf| q|t|e| g| "ö"n|et "r lgp|k p "f q"y {uq|n|q ek'322" v|u|k|e|"|" |q|v|ej "*"D|g w un|k" 4239-0' cvgo "rt| gr ku"u "plg|rt|ge{| {lpg."c"n|et{" |c"dtcn|lej" |cuquqy cplc"n|d"lej" plgy |e|y g'| cuquqy cplg'ö'y {uq|n|g|ö

Ustawa o jawności życia publicznego

Qucypko "rt| {n|ef go "lguv"wucy c"rt| {i qvqy cpc"pc"i twp|e|g'r qn|n|ko Ö'45"r c f| lgt/ p|k|n|e"4239"t|q|nw|T| f qy g"Egp|t|wo "N|g| k|u|c|e|k| co kg ek|q"r t|q|gm" wucy {"q"lcy p|q/ ek' {ek"r v|d|e|e| p|g| qÖY t>|f"y k|gnw" |c|f| plg ."lcn|g"r quc|p|qy k|p|q"r qf f c "t|g| w' n|e|k|" p|c|n|e| |k|k| "qdu| ct"rt| gely f| k|c|p|c"n|q|t|w|e|k'y "rt| g|f| uk d|k|t|u|y cej ÖT|q| f| k|c|e| 32." |cv|w|w|qy cp{" šRt| gely f| k|c|p|g" r tcm|v|n|qo "n|q|t|w|e| |p|o ö." r|t| g|y k|f| w|g"n|q/ p|g|e| p|q "y f|t|c cplc"rt| g| "rt| g|f| uk d|k|t|e>y "r t|q|e|g|f| w"cp|v|n|q|t|w|e| |p|e|j Ö'R|q|r|t| g| "u|q|u|y cplg" y g|y p |t| p|e|j " r t|q|e|g|f| w" cp|v|n|q|t|w|e| |p|e|j " wucy qf cy ec" t|q| w|o kg" r qf g|o qy cplg" t|qf m>y "q|t| c|p|k| ce{|p|e|j ."n|ef t|qy {ej "k'v|e|j p|e| p|e|j ."o cl e|e|j "pc" egnw'r|t| gely f| k|c|p|g"y q|t| g|p|k|w'q|q|e| gp|c"ur t| {l|c| e|g| q"rt| {r cf n|qo "r qr g|k|p|c" r|t| g|v| r u|y "n|q|t|w|e| |p|e|j Ö'Wucy c"y un| wlg"n|k|n|e" grgo gp>y "r t|q| t|c|o w'cp|v|n|q/ t|w|e| |p|g| q."lcn|g"r|t| g|f| uk d|k|t|e| "r qy k|p|k'y f|t|q { ÖU "p|ko k|n|q|f|g|n|g'v|k|ö"r qf r k' ucp{"rt| g| "n|e f|g| q"r t|c|e|qy p|k|n|e."y ur >|e|t|c|e|qy p|k|n|e" k'k|p|p {"r qf o kv"i qur qf c|e| {

działający na rzecz przedsiębiorcy; klauzule antykorupcyjne – zamieszczone w umowach stanowiących, że żadna część wynagrodzenia z tytułu wykonania umowy nie zostanie przeznaczona na pokrycie kosztów udzielania korzyści majątkowych i osobistych; procedury i wytyczne dotyczące otrzymywanych prezentów; konieczność zapoznawania osób zatrudnianych przez przedsiębiorcę z zasadami odpowiedzialności karnej za przestępstwa korupcyjne; procedura informowania właściwych organów przedsiębiorcy o propozycjach korupcyjnych; procedura postępowania w sprawie zgłoszenia nieprawidłowości. Ustawodawca w projekcie ustawy wymaga też od przedsiębiorców niedopuszczania do tworzenia „funduszy korupcyjnych”, czyli mechanizmów służących finansowaniu kosztów, udzielania korzyści majątkowych i osobistych, w tym z wykorzystaniem majątku przedsiębiorstwa, a także niepodejmowania decyzji w oparciu o działania korupcyjne. Jednak powyższe elementy programu antykorupcyjnego stanowią jedynie pewne minimum, i tak niedookreślone. Nie da się jasno wywnioskować, co konkretnie oznacza „niedopuszczanie do tworzenia mechanizmów służących finansowaniu kosztów, udzielania korzyści majątkowych i osobistych, w tym z wykorzystaniem majątku przedsiębiorstwa” czy „niepodejmowanie decyzji w przedsiębiorstwie w oparciu o działania korupcyjne”. Ponadto ustawodawca w projekcie ustawy wielokrotnie podkreśla, że stosowane środki powinny być skuteczne.

Naruszenie obowiązku wprowadzenia i stosowania wewnętrznych procedur antykorupcyjnych będzie się wiązało z ryzykiem przeprowadzenia kontroli przez Centralne Biuro Antykorupcyjne (CBA) i nałożeniem kary finansowej do 10 mln zł oraz objęciem 5-letnim zakazem ubiegania się o zamówienia publiczne. Ze wszczęciem kontroli CBA oraz wymierzeniem przewidzianych w ustawie sankcji łączyć się będzie również ryzyko reputacyjne (Partyka-Opiela, Hlebicka-Józefowicz, 2017). W projekcie ustawy czytamy, że karze będzie podlegał przedsiębiorca, który nie stosuje wewnętrznych procedur antykorupcyjnych lub stosowane procedury były pozorne bądź nieskuteczne (Artykuł 85 projektu Ustawy o jawności życia publicznego z 23.10.2017). O tym, czy procedury były pozorne czy skuteczne, będzie decydowało po fakcie CBA, przy czym chodzić ma nie tylko o procedury zapisane w projekcie ustawy, lecz również inne, niewskazane w dokumencie, które, jeśli byłyby skuteczne, zapobiegłyby przypadkowi korupcji. Firma EY na próbie prawie 100 przedstawicieli różnych przedsiębiorstw przeprowadziła badania diagnozujące, na ile funkcjonujące w polskich firmach programy compliance i antykorupcyjne odpowiadają wymaganiom projektu ustawy. Okazuje się, że żadna z firm, które udzieliły odprowadzi, nie posiada programu antykorupcyjnego, który byłby zgodny z chociażby minimalnymi wymaganiami w nim wskazanymi (Sroka, 2018).

Wyciągając wnioski na temat przedstawionych powyżej trzech wybranych przykładów regulacji oraz odnoszących się do nich opinii ekspertów, należy wskazać na brak precyzyjności zapisów i dużą odpowiedzialność zarządów spółek za właściwe wdrażanie nowych wymagań prawnych.

W związku z tym, że dwa z przedstawionych powyżej aktów prawnych już obowiązują spółki i dotyczą rynku kapitałowego, a trzeci przykład również odno-

siły się do tej grupy przedsiębiorców, przeanalizujemy, jak działająca organizacja branżowa wspiera swoich członków w zakresie rozumienia i stosowania przepisów. Analiza będzie odnosiła się do działań w zakresie MAR i MAD II oraz raportowania informacji niefinansowych.

3. Praktyka organizacji branżowych

Najważniejszą organizacją samorządową dla rynku kapitałowego jest Stowarzyszenie Emitentów Giełdowych (SEG). Jest to organizacja dbająca o rozwój polskiego rynku kapitałowego oraz reprezentująca interesy spółek notowanych na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie. Jak czytamy na jej stronie internetowej, służy ona środowisku emitentów wiedzą i doradztwem w zakresie regulacji rynku giełdowego oraz praw i powinności uczestniczących w nim spółek. Będąc organizacją ekspercką, zmierza do szerzenia i wymiany wiedzy umożliwiającej rozwój rynku kapitałowego i nowoczesnej gospodarki rynkowej w Polsce. Stowarzyszenie istnieje od 1993 roku, oferując spółkom członkowskim pomoc i konsultacje w zakresie wymogów prawnych, regulacji rynku, relacji inwestorskich. Członkami zwyczajnymi stowarzyszenia są prezesi, członkowie zarządów spółek giełdowych, zaś same spółki jako podmioty prawne mają status członków wspierających. Obecnie SEG skupia około 300 spółek notowanych na warszawskiej Giełdzie Papierów Wartościowych oraz alternatywnym rynku NewConnect, reprezentujących ponad 80 procent kapitalizacji emitentów krajowych. Stowarzyszenie podejmuje prace na rzecz rozwoju rynku kapitałowego, głównie za pomocą działań regulacyjnych i edukacyjnych¹. Realizując swoją misję, SEG dostrzega zjawisko nieostrości regulacji prawnych nakładanych na rynek kapitałowy, w tym członków stowarzyszenia i podejmuje działania wspierające ich w zakresie doprecyzowania prawa.

W odpowiedzi na niejasne przepisy Rozporządzenia MAR i Dyrektywy MAD II oraz potencjalne duże kary dla członków stowarzyszenia przygotowało ono Ogólne Standardy Raportowania² (OSR-y), zawierające wskazówki, jak sprostać niejasnym przepisom. Pierwszy dotyczy informacji finansowych, drugi – bieżących informacji poufnych. OSR-y powstały przy współpracy z innymi ważnymi dla rynku kapitałowego organizacjami, między innymi takimi, jak Stowarzyszenie Inwestorów Indywidualnych, Związek Maklerów i Doradców, Krajowa Izba Biegłych Rewidentów. Wraz z OSR-ami SEG rekomenduje spółkom stworzenie Indywidualnych Standardów Raportowania (ISR), czyli listy informacji istotnych z punktu widzenia firmy, które mogą być cenotwórcze.

W skrócie Ogólne Standardy Raportowania stanowią zbiory wskazań wspierających budowanie w spółkach indywidualnych procedur pozwalających na zbieranie, analizowanie i ocenianie cenotwórczości zdarzeń gospodarczych i korpora-

¹ Stowarzyszenie Emitentów Giełdowych, źródło: <https://seg.org.pl/pl/nas> (data dostępu: 26.02.2019).

² Ogólne Standardy Raportowania dostępne są na stronie internetowej: <http://www.standardy.org.pl/>.

cyjnych w celu ich przekazywania do publicznej wiadomości jako informacji poufnych. Przypomnijmy, że zgodnie z omawianą regulacją każdy emitent instrumentów finansowych dopuszczonych do obrotu na rynku regulowanym (a także innych instrumentów wskazanych w art. 2 MAR) musi sam decydować, co i w jakim zakresie powinno być ujawnione jako informacja poufna. Stowarzyszenie, tworząc OSR-y, przeprowadziło szerokie konsultacje z innymi organizacjami branżowymi działającymi na rynku kapitałowym oraz z podmiotami administracji publicznej i nadzorczą rynku. Podjęło także akcję edukacyjną, spotykając się z wieloma zarządami spółek notowanych na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie oraz organizując cykl warsztatów i konferencji. Biorąc na siebie część odpowiedzialności za jakość wypracowanego standardu w odpowiedzi na nieprecyzyjną regulację, oferuje również możliwość certyfikacji, czyli dodatkowego potwierdzenia przyjętych przez spółki Indywidualnych Standardów Raportowania. Skutkiem takiego sposobu działania, doprecyzowującego nowe prawo na bazie samoregulacji i dialogu branżowego oraz szerokiej akcji edukacyjnej, jest przyjęcie przez większość spółek objętych tymi przepisami OSR-ów jako punktu odniesienia do wdrażania tego prawa.

Nie oznacza to, że rozwiązanie zaproponowane przez SEG jest stosowane przez wszystkich uczestników rynku i jest przyjmowane bezkrytycznie. Niektórzy autorzy, na przykład Jacek Jonak (2016), podają w wątpliwość niektóre jego elementy. Jednym z nich jest brak jasnej informacji, że proponowany katalog zdarzeń mogących stanowić informacje poufne jest przykładowy i w zależności od okoliczności nie muszą one mieć takiego statusu.

Kolejnym przykładem działań doprecyzowujących sposób rozumienia przepisów prawnych przez tę organizację branżową jest Standard Informacji Niefinansowej (SIN). Standard powstał jako odpowiedź na opisaną powyżej zmianę do Ustawy o rachunkowości w zakresie raportowania danych niefinansowych. Jest regulacją środowiskową, której opracowanie było koordynowane przez Fundację Standardów Raportowania oraz Stowarzyszenie Emitentów Giełdowych i która została zaakceptowana i jest popierana przez szereg instytucji i organizacji. Standard został przygotowany przez około 20 ekspertów specjalizujących się w raportowaniu danych niefinansowych, mających doświadczenie pracy zarówno w spółkach, jak i z instytucjami finansowymi. Ponadto SIN był konsultowany z Ministerstwem Finansów, Krajową Izbą Biegłych Rewidentów czy ekspertami w zakresie rachunkowości. SIN umożliwia polskim spółkom wypełnienie obowiązków raportowania informacji niefinansowych określonych Dyrektywą 2014/95/UE, implementowaną do polskiego prawa ustawą z dnia 15 grudnia 2016 r. o zmianie ustawy o rachunkowości. SIN może być stosowany nie tylko przez spółki notowane na giełdzie, ale też przez inne przedsiębiorstwa, instytucje i organizacje. Korzystanie z SIN jest bezpłatne.

O tym, że tego typu działanie organizacji branżowej w zakresie rozumienia części ustawy o rachunkowości było konieczne, świadczą wyniki analizy pierwszego cyklu raportowania. W 2018 roku 146 notowanych na GPW spółek opublikowało po raz pierwszy obowiązkowe raporty niefinansowe. Jak wskazuje Piotr Biernacki (2018), dla zdecydowanej większości z nich było to pierwsze doświad-

czenie związane z uporządkowanym informowaniem o ryzykach, stosowanych politykach i efektach działań w zakresie spraw środowiska naturalnego, społecznych, pracowniczych, praw człowieka i zagadnień antykorupcyjnych.

Biernacki przywołuje również wyniki analizy sprawdzającej fundamentalny element raportowania niefinansowego, a mianowicie zgodność raportów z podstawowymi wymogami zawartymi w ustawie o rachunkowości oraz wytycznymi Komisji Europejskiej. Okazuje się, że wiele spółek myli chociażby podstawową informację, jaką są dwie dopuszczalne formy raportu niefinansowego: oświadczenie na temat informacji niefinansowych, które stanowi część sprawozdania z działalności spółki lub grupy kapitałowej i sprawozdanie na temat informacji niefinansowych, które jest dokumentem odrębnym względem sprawozdania z działalności. Z przywoływanych badań wynika, że poważny charakter miały niedociągnięcia w określeniu zakresu podmiotowego raportu. Spośród 146 opublikowanych raportów 32 nie zawierały żadnej informacji o tym, zgodnie z jakim standardem lub zbiorem wytycznych zostały one sporządzone, choć wybór takiego standardu jest wprost zapisany w ustawie o rachunkowości. Natomiast większość spółek skorzystała albo z międzynarodowego standardu *Global Reporting Initiative*, albo właśnie ze Standardu Raportowania Niefinansowego (Biernacki, 2018).

4. Podsumowanie

Przywołane powyżej dwie inicjatywy Stowarzyszenia Emitentów Giełdowych w zakresie doprecyzowania niejasnych przepisów prawa pozwalają twierdząco odpowiedzieć na pytanie postawione na początku artykułu. Organizacja branżowa jest w stanie wziąć na siebie odpowiedzialność za interpretację niedookreślonych przepisów w zakresie prawa gospodarczego i wyznaczenie standardów działania respektowanych przez sąd oraz wypracować samoregulację branżową tak, aby była akceptowana przez branżę i ustawodawcę jako odpowiedź na nowy model kształtowania przepisów prawa.

Ponadto wypracowane rozwiązania samoregulacyjne pozwalają na porównywalność jakości ich stosowania przez spółki. A zatem przedsiębiorca, który je stosuje, może być pewny, że jego praktyki nie są rażąco niższe niż postępowanie konkurencji w zakresie interpretacji prawa. W ten sposób przy udziale organizacji branżowej kształtowany jest kolejny element etosu przedsiębiorcy w Polsce.

Ta funkcja samoregulacji wydaje się coraz istotniejsza. Opisany w artykule fakt nieprecyzyjności prawa i świadomego przerzucania przez ustawodawcę na przedsiębiorcę odpowiedzialności za skuteczne zastosowanie niejasnych przepisów powoduje konieczność zmiany podejścia do rozumienia odpowiedzialności przez graczy rynkowych. Wymusza podjęcie takich działań na rynku, również w zakresie samoregulacji, które będą kształtowały większą wrażliwość etyczną i lepsze zrozumienie obowiązków spoczywających na uczestnikach rynku. Tę wrażliwość etyczną należy rozumieć w dwóch wymiarach – formalnym i treściowym. Formalnym, czyli odnoszącym się do akceptacji przez przedsiębiorcę przy-

jęcia większej odpowiedzialności za wpływ wywoływany przez prowadzoną działalność gospodarczą. Akceptacji poniekąd wymuszonej opisanym sposobem kształtowania prawa gospodarczego. Ta etyczna postawa może się przejawiać chociażby w większej otwartości na współpracę z konkurencją w ramach organizacji branżowych i stosowaniu się do często niełatwych ograniczeń wynikających z samoregulacji. W obliczu nowego sposobu kształtowania prawa przez przedsiębiorców powinien zostać wypracowany nowy etos postępowania, którego podstawą będzie zrozumienie na nowo zasady odpowiedzialności w działalności gospodarczej.

W wymiarze treściowym większa wrażliwość w zakresie etyki biznesu odnosi się nie do formy odpowiedzi na nowy model, zgodnie z którym formułowane są przepisy prawa, ale treści tych przepisów. A dotyczyły one, co zostało wskazane w artykule, między innymi dbałości o prawa człowieka, o środowisko naturalne, uczciwe praktyki rynkowe, czyli niedopuszczanie do praktyk korupcyjnych, czy chociażby o rzetelną komunikację z otoczeniem, głównie inwestorami. Wydaje się, że tego typu przepisy, chociaż nieprecyzyjne, wprowadzają niejako w sposób ustawowy obowiązek etycznego prowadzenia biznesu. To właśnie, w świetle wielokrotnie podkreślanego braku precyzji, będzie wymagało kształtowania etosu przedsiębiorcy wspieranego pracą organizacji branżowych. Temat ten z pewnością może stanowić interesujące pole do dalszych prac badawczych.

Bibliografia

- Biernacki, P. (2018). *Błędy w raportowaniu niefinansowym*. Parkiet. <https://www.parkiet.com/Akademia-inwestycyjna/309219938-Bledy-w-raportowaniu-niefinansowym.html>
- Biernatowski, P. (2017). *Wyższe kary za naruszenie informacji poufnych*, Obserwator Finansowy. <https://www.obserwatorfinansowy.pl/tematyka/rynki-finansowe/wyzsze-kary-za-naruszenie-informacji-poufnych/>
- Biezuński, P. (2017). *Dane niefinansowe, czyli nowe obowiązki spółek giełdowych*. Stowarzyszenie Inwestorów Indywidualnych. <http://www.sii.org.pl/11922/aktualnosci/felietony/dane-niefinansowe-czyli-nowe-obowiazki-spolek-gieldowych.html>
- Gębusia, I. (2019). *Nowe regulacje MAR/MAD II*. <https://www.chwp.pl/nasze-publicacje/nowe-regulacje-marmad-ii/>
- Jonak, J. (2016). Problem informacji poufnych. *Rzeczpospolita*. <https://www.rp.pl/Opinie/305119871-Problem-informacji-poufnych.html>
- Koziorowski, L. (2014). Market Abuse Regulation – wyzwaniem dla zarządów spółek publicznych. *Miesięcznik Kapitałowy*. <https://gessel.pl/publikacje/market-abuse-regulation-wyzwaniem-dla-zarzadow-spolek-publicznych/>

- Partyka-Opiela, A., & Hlebicka-Józefowicz, A. (2017). *Co dla przedsiębiorców oznacza nowa ustawa o jawności życia publicznego?* <https://portal.dzp.pl/alerty/93-co-dla-firm-oznacza-nowa-ustawa-o-jawnosci-zycia-publicznego>
- Sroka, R. (2018). *Ustawa o jawności życia publicznego – najczęściej zadawane pytania przez przedsiębiorców.* <https://www.blog.ey.pl/audytsledczy/ustawa-o-jawnosci-zycia-publicznego-najczesciej-zadawane-pytania-przez-przedsiębiorcow/>
- Tokarczyk, R. (2009). *Filozofia prawa.* Warszawa: LexisNexis.
- Ustawa o jawności życia publicznego z 23.10.2017.
- Wprowadzono obowiązek raportowania niefinansowego (2017). *Zeszyty Metodyczne Rachunkowości*, 2(434). <https://www.gofin.pl/bilans/17,8,567,984,wprowadzono-obowiazek-raportowania-niefinansowego.html>
- Zirk-Sadowski, M. (2011). *Wprowadzenie do filozofii prawa.* Warszawa: LEX a Wolters Kluwer Polska.

Sławomir Kamosiński
Kazimierz Wielki University in Bydgoszcz
Faculty of Administration and Social Sciences
e-mail: slawomirkamosinski@ukw.edu.pl

Firma jako wartość dla przedsiębiorcy

The company as a value for the entrepreneur

In this paper I propose to show a problem that at first sight seems clear, and thus “non-scientific”; however, after a closer look at the source material, it proves to be an important factor for contemporary entrepreneurs conducting business activities. The scientific issue is encapsulated in a concise statement: the company as a value for the entrepreneur. In order to develop the presented thesis, one must point to the fact that a company that has been established by an entrepreneur has a particular value for him, both in the material sense (its valuation on the market), and in an immaterial sense (as a symbolic value). It seems that the symbolic value greatly exceeds the material value, if we consider the entrepreneur’s perspective. Analysis of the value of a company throughout the research allows us to perceive it as the actual fulfillment of an entrepreneur’s life plans, as a workplace and a family value (frequently called the family gem). The enterprise, which is at the same time a brand, is very often the entrepreneur’s brand certificate. The social involvement of the entrepreneur and the formation of an integrated, loyal team of employees are also values in themselves. Considering the non-material value, the enterprise allows the entrepreneur and the employees to meet their needs of self-realization and appreciation.

The paper was prepared based on an analysis of answers entrepreneurs gave to specialist periodicals and popular dailies. In addition, I have used my own research, conducted in 2017, among entrepreneurs who represent the small and medium enterprise sector located in towns and villages.

Keywords: non-material value (intangible), company material value (assets), entrepreneur, family company, social responsibility of business, entrepreneurship

JEL Classification: J52, Z13

1. Wprowadzenie

Wartość, według słownika języka polskiego, to cecha lub zespół cech właściwych danej osobie lub rzeczy, stanowiących o jej walorach cennych dla ludzi, mogących zaspokoić ich potrzeby. Firma, stworzona przez przedsiębiorcę, przedstawia dla niego określoną wartość, postrzeganą zarówno w sensie wartości materialnej (wyceną przez rynek), jak i symbolicznej. Ta druga zazwyczaj wielokrotnie przewyższa tę pierwszą. Wartości emocjonalnej (niematerialnej) nie można zmierzyć i wycenić. Firma, postrzegana w kategorii wartości dla przedsiębiorcy, to zazwyczaj materialne spełnienie jego celu życiowego, jego miejsce pracy, a także wartość rodzinna (nazywana często klejnotem rodzinnym). Przedsiębiorstwo, będące często marką, jest świadectwem marki właściciela i jego wiarygodności. Wartością jest zaangażowanie społeczne przedsiębiorcy i tworzenie zintegrowanego zespołu pracowników, lojalnego wobec firmy. Przedsiębiorstwo stanowi również wartość dla pracowników, którzy są w nim zatrudnieni – przede wszystkim pozwala ono spełniać się im zawodowo. Pracownicy oddają przedsiębiorcy swoje kwalifikacje i umiejętności oraz własny czas, oczekując w zamian wynagrodzenia, które zaspokoi potrzeby życiowe ich samych oraz ich rodziny. W sensie niematerialnym zaś przedsiębiorstwo pozwala pracownikowi samorealizować się i zdobyć uznanie.

Firma stanowi dla obu stron – przedsiębiorcy i pracownika – wartość materialną i symboliczną. Na fakt, że wartość niematerialna jest dla nich ważniejsza, zwrócił uwagę Jacek Santorski, który podał aktualną do dziś definicję *wspaniałego przedsiębiorstwa*:

Wspaniałe przedsiębiorstwo to jakiś nowy sposób zorganizowania ludzi wokół wspólnych celów, wspólnie wytwarzających jakąś wartość, którą potem będą sprzedawać, kupować, przetwarzać. (Dusza z ciała biznesmena, 2005, s. 16).

Artykuł stanowi próbę ustosunkowania się do problemu, na który wskazuje wielu badaczy, że „przedsiębiorcom brakuje autorytetów, moralnych kompasów” oraz na to, że „w Polsce właściwie nie istnieje etyka człowieka organizacji” (Jasiecki, 2013, s. 311). Wydaje się, że jesteśmy świadkami powolnej i trwałej transformacji postaw wielu przedsiębiorców wobec zasad prowadzenia biznesu i ich kontaktów z pracownikami. Ponadto emocjonalny związek przedsiębiorcy z firmą jest tym silniejszy, im więcej czasu upływa od chwili jej założenia oraz im bardziej docenia on rolę tej instytucji w życiu swoim i swojej rodziny.

W artykule zaproponowałem zobrazowanie problemu firmy jako wartości dla przedsiębiorcy. Początkowo wydaje się on oczywisty i tym samym „nienaukowy”, jednak po zebraniu argumentów staje się problemem badawczym, który pozwala zrozumieć motywy kierujące decyzjami podejmowanymi przez przedsiębiorcę. Okazuje się, że dla wielu przedstawicieli świata biznesu podstawowe znaczenie ma niematerialna wartość firmy. Odgrywa ona większą rolę w stymulowaniu ich do działania, niż wartość rozumiana w sensie materialnym i postrzegana jako potencjalna wycena rynkowa.

Artykuł powstał w oparciu o wywiady, jakich udzielili przedsiębiorcy specjalistycznym periodykom branżowym, a także popularnym dziennikom. Ta grupa badawcza zaliczana jest do tzw. top listy polskich przedsiębiorców, ikon biznesu. Wykorzystałem również badania własne z 2017 roku, prowadzone wśród osób reprezentujących sektor małych i średnich przedsiębiorstw, pracujących w małych miastach i na wsiach.

2. Przedsiębiorca jako podmiot gospodarujący

Przedsiębiorca, podejmując ryzyko założenia i prowadzenia działalności gospodarczej, zakłada, że odniesie sukces mierzony wartością materialną firmy w formie jej wyceny (tzw. wartość wymienna, rynkowa) oraz sukces niematerialny, określany zazwyczaj jako uznanie w środowisku. Na podstawie zebranych informacji bardziej znaczący okazuje się dla niego sukces o charakterze symbolicznego docenienia, mierzony liczbą zadowolonych klientów, rozpoznawalnością marki czy liczbą zatrudnionych pracowników, którzy wykonują codziennie obowiązki z zaangażowaniem. Zdaniem Jacka Santorskiego definicja przedsiębiorcy powinna sprowadzać się do określenia go mianem artysty, ponieważ:

Bardzo wielu przedsiębiorców [...] ma wizje, które nie są wprawdzie wizjami altruistycznymi, niemniej to są wizje daleko większe od chęci pomnożenia kapitału. To są wizje polegające na tworzeniu nowych usług dla ludzi, niezwykłych przedsiębiorstw. (*Dusza z ciała biznesmena*, 2005, s. 16).

Przedsiębiorca, zdaniem Polskiej Rady Biznesu, to „osoba będąca głównym właścicielem prowadzonego przez siebie przedsiębiorstwa, w którym zatrudniony był co najmniej jeden pracownik” (Czerniak, Haponiuk & Kąsek, 2018, s. 4). Zgodnie z tą definicją w 2017 roku w Polsce były 662 tys. przedsiębiorców – „to zaledwie 4% ogółu pracujących, ale z istotnym wkładem we wszystkie procesy ekonomiczne w kraju i za granicą – od zwiększania dobrobytu pracowników po kontrybuowanie do budżetu państwa” – konkluduje raport „Przedsiębiorca odczarowany”, wydany pod patronatem Polskiej Rady Biznesu (s. 4). W raporcie autorzy zwrócili uwagę, że w 2017 roku polscy przedsiębiorcy prowadzili 884 tys. firm i byli założycielami 8 na 10 przedsiębiorstw. Pod względem struktury wielkościowej firm w 2016 roku aż 88,9% stanowiły mikroprzedsiębiorstwa zatrudniające od 1 do 9 pracowników, 9,2% to małe przedsiębiorstwa (zatrudnienie od

10 do 49 osób), 1,6% to firmy średnie (50 do 249 zatrudnionych), a 0,3% to firmy duże (powyżej 250 zatrudnionych) (s. 24). Mikroprzedsiębiorstwa dominują zatem w strukturze wielkościowej, co jest zjawiskiem naturalnym. Średnie zatrudnienie w przedsiębiorstwach wynosiło w 2016 roku 4,5 pracownika. W moim przekonaniu struktura wielkościowa firm działających w Polsce potwierdza fakt silnie emocjonalnego związku przedsiębiorcy z „dziełem”, które stworzył. Powyższa teza opiera się na obserwacji spłaszczonej struktury zarządzania w mikroprzedsiębiorstwie i małym zakładzie, w którym większość decyzji podejmuje właściciel firmy. Jest on jednocześnie osobą zarządzającą pracownikami, organizatorem produkcji i zbytu, a także odpowiada za wizerunek organizacji w otoczeniu. W ten sposób firma pomaga przedsiębiorcy w samorealizacji i zawodowym spełnieniu.

Każde przedsiębiorstwo, postrzegane przez pryzmat wartości niematerialnej, staje się dla jego założyciela bezcenne. To subiektywne odczucie sprawia, że przedsiębiorca jest osobą zdolną do poświęceń, odczuwa trwogę i dramaty moralne związane z tym, że zdobył kapitał i podjął ryzyko, stawiając na szali wszystko, co posiada w rozumieniu materialnym i niematerialnym (*Dusza z ciała biznesmena*, 2005, s. 16). Prof. Krzysztof Obłój stwierdził:

Bardzo lubię przedsiębiorców, a oni mają ciężkie życie. Przez cały dzień zmagają się z konkurencją albo spadającym rynkiem. W nocy nie mogą spać. Narzekają na nich klienci, nie potrafią poradzić sobie z pracownikami, bo zarządzanie ludźmi w dzisiejszych czasach stało się wyjątkowo trudne. (2017, s. 54)

Wydaje się zatem, że Polska Rada Biznesu upoważniona jest do wyrażenia następującej konkluzji: „Można powiedzieć, że polscy przedsiębiorcy w większości utożsamiają się ze swoją firmą – zarówno psychicznie, jak i majątkowo” (Czerniak, Haponiuk & Kąsek, 2018, s. 21). Charakterystyczną cechą rodzimej przedsiębiorczości jest to, że właściciele firm w zdecydowanej większości decydują się na prowadzenie działalności gospodarczej jako osoby fizyczne. Tak działa ponad 86% firm w Polsce (s. 21).

3. Przedsiębiorca jako podmiot zdolny do wyrzeczeń i poświęceń dla dobra firmy

Nie ulega wątpliwości, że do wykonywania zawodu przedsiębiorcy predystynowane są osoby o specyficznych cechach charakteru. Jednymi z najważniejszych cech są determinacja w działaniu, orientacja na realizację przyjętych celów (*Dusza z ciała biznesmena*, 2005, s. 16) oraz umiejętność podejmowania decyzji. Polska Rada Biznesu wskazała, że w 2016 roku polski przedsiębiorca poświęcał na pracę około 47 godzin w tygodniu. Było to o 7 godzin więcej niż średnia wynosząca dla pracowników najemnych w Polsce (Czerniak, Haponiuk & Kąsek, 2018, s. 15). Z tego powodu zauważono, że wielu przedsiębiorców cechuje bezwzględność wobec siebie (*Dusza z ciała biznesmena*, 2005, s. 16).

Małgorzata Grycan, charakteryzując swojego ojca Zbigniewa Grycana, podkreśla: „Tata nauczył mnie przede wszystkim, że nie można się bać, bo z każdej sytuacji jest jakieś wyjście. On potrafi działać bardzo szybko, zdecydowanie. Zagrać va banque [...]. W biznesie to chyba cecha niezbędna” (*Córcie ufam...*, 2017, s. 22). Przedsiębiorca Zbigniew Juroszek zauważa: „Jeśli pan przegra z własną psychiką i się złęknie, to straci pewność siebie i siłę na dalszą działalność. To będzie rzutować na wszystko, na cały przyszły biznes” (*Za 50 lat...*, 2017, s. 38). Doświadczony przedsiębiorca Daniel Mzyk w tym kontekście dodał:

Ale nauczyłem się też przez te lata, że sukces i ekstremalnie ciężka praca mają swoją cenę – zarówno w życiu prywatnym, jak i w sferze rozczarowań biznesowych. Nie każda relacja ma szansę się udać. Czerpiąc z tych doświadczeń, chcę trzymać się swoich wartości, robić to, w co wierzę. Nie chcę godzić się na kompromisy dla doraźnej korzyści. (*U mnie...*, 2018, s. 36)

Sukces firmy na rynku zdaniem Krzysztofa Pawińskiego, założyciela i prezesa firmy Maspex, „jest pochodną mniejszej ilości błędów, niż popełniają konkurenci. My tych błędów popełniliśmy mniej niż oni i w efekcie jesteśmy daleko przed nimi, jeśli chodzi o naszą pozycję rynkową” (*Jak podtrzymać...*, 2019, s. 101).

4. Przedsiębiorca jako wiarygodna marka

Leszek Gierszewski, prezes firmy Drutex, zwraca uwagę na kolejny aspekt wagi i znaczenia dla przedsiębiorcy niematerialnej wartości firmy. Buduje on swój wizerunek jako rzetelnego kontrahenta tym, że wywiązuje się ze zobowiązań finansowych: „Wszystko, co wjeżdża na teren tej firmy, jest zapłacone. Od razu. [...]. Terminów płatności nigdy nie negocjowałem. [...] Nie chcę się ślizgać, brać towar na 60-dniowy termin płatności, a po 90 dniach dalej nie płacić, bo co mi zrobią. Przecież nie będą chcieli stracić takiego odbiorcy. To jest nie fair. Zawsze wychodziłem z założenia, że najważniejsze w biznesie grać fair” (*Nie muszę być...*, 2016, s. 5). W kontekście tej wypowiedzi nie ulega wątpliwości, że każdy przedsiębiorca dba, by uchronić się od „ryzyka utraty własnego dobrego imienia”. Dobre imię przedsiębiorcy to, jak zauważa twórca firmy odzieżowej LPP Marek Piechocki, „wszystko, co mamy w swoim życiu [...]. Budowanie go trwa latami, a zepsuć można natychmiast, jednym ruchem” (*Twarzy wam...*, 2019, s. 35).

Dla ochrony dobrego imienia ważne jest, aby przedsiębiorca był przekonany, że umowy, które zawiera codziennie z pracownikami, kontrahentami i klientami, poza formą zmaterializowaną w ramach dokumentu, mają również charakter niematerialny, wyrażony pod postacią tzw. kontraktu psychologicznego. Na zagadnienie to zwróciła uwagę Agnieszka J. Mackiewicz (2010, s. 58), omawiając problematykę zawarcia i rozwiązywania umowy o pracę z pracownikiem. Moim zdaniem pojęcie kontraktu psychologicznego można rozciągnąć na każdą umowę, która ma miejsce na rynku. Warunki tak szeroko postrzeganego kontraktu psycho-

logicznego mają uniwersalny charakter i obejmują dotrzymanie danego słowa, bycie rzetelnym i przewidywalnym dla otoczenia. W kontaktach z pracownikami uszczegółowiony kontrakt psychologiczny to wprowadzenie pracownika w sferę wartości wypracowanych w przedsiębiorstwie. Mają one ogromny wpływ na środowisko pracy, w tym atmosferę pracy i jej jakość. Przedsiębiorca Daniel Mzyk powiedział z przekonaniem: „Wierzę, że każda organizacja to określony zestaw wartości. Jeśli zrezygnuję ze swoich wartości, to osłabię organizację” (*U mnie...*, 2018, s. 36).

5. Firma jako dzieło życia przedsiębiorcy

Emocje, które towarzyszą przedsiębiorcy w codziennej pracy, wpływają na wzrost subiektywnej niematerialnej wyceny wartości firmy. Przedsiębiorstwo to często dzieło życia, które założyciel i organizator stworzył samodzielnie ogromnym wysiłkiem. Dla wielu z nich firma staje się „częścią rodziny”, elementem cementującym ją. Z tego powodu duża grupa przedsiębiorców marzy, aby dzieło ich życia pozostało na zawsze w rodzinie. W Polsce, głównie przez wzgląd na zawirowania historyczne z lat 1945–1989, niewielu firmom udało się przetrwać ponad wiek bez przerwania działalności. Są to na ogół małe zakłady, które zaliczano w okresie Polski Ludowej do kategorii rzemiosła. Właściciele tych zakładów, np. przedsiębiorcy-rzemieślnicy prowadzący od 1918 roku w Krakowie pracownię Foto Garczyński, mówią o tradycji i dziedziczeniu firmy w następujący sposób: „Dla nas nie tylko rodowe nazwisko jest obciążeniem, ale również świadomość, że powinno ono dalej istnieć w branży fotograficznej. I jak tu zamknąć zakład?” (*Zasiadczyk & Krasicki*, 2016, s. 9). Podobnie uważa Małgorzata Grycan: „Jestem i będę częścią tej firmy. Nazwisko Grycan zobowiązuje” (*Córce ufam...*, 2017, s. 24).

Rozterki związane z pytaniem, czy dzieci będą chciały przejąć budowaną dla nich firmę, dotyczą większość polskich przedsiębiorców, którzy osiągają wiek emerytalny. Zbigniew Grycan zwraca uwagę, że prowadząc firmę rodzinną, nie udaje się oddzielić życia rodzinnego od biznesu: „U nas w domu od rana do wieczora rozmawia się o lodach. Po co czekać do następnego dnia, żeby o czymś powiedzieć. Przecież coś ważnego może wypaść z głowy” (*Córce ufam...*, 2017, s. 24). Zbigniew Grycan, podobnie jak wielu innych przedsiębiorców, chciałby, aby jego firma stała się rodzinną: „Gosia cały czas się do tego przygotowuje. A ja już staram się być mniej obecny w codziennym zarządzaniu” (s. 24). Piotr Voelkel to przykład przedsiębiorcy, który z powodzeniem przeprowadził proces sukcesji firmy. We wspomnieniach syna Piotra Voelkela juniora zachował się następujący obraz: „na każdej Wigilii wszyscy mówili: to kiedyś będzie twoje” (*Nie było wyjścia...*, 2017, s. 26). O udanej sukcesji może także mówić Zbigniew Juroszek, który przekazuje stery rodzinnego biznesu synowi Mateuszowi. Rodzina Juroszków twierdzi z przekonaniem: „Za 50 lat to wciąż będzie nasz biznes” ponieważ: „U nas w domu zawsze się mówiło o firmie. Jesteśmy przedsiębiorstwem rodzinnym, moja mama też w nim pracuje. Ten plan dla nas był zawsze ułożony: ojciec

buduje duże przedsięwzięcie i idealnie byłoby, gdybyśmy w tym jakoś uczestniczyli” (*Za 50 lat...*, 2017, s. 37). Marek Piechocki również ma nadzieję, że: „Być może kiedyś szefowanie LPP przejmie [...] syn Marcin. Równie dobrze może to jednak być inny członek mojej rodziny czy wręcz menedżer spoza niej. Marcin [...] w wieku 28 lat zrozumiał, że chce pracować w rodzinnej firmie i dziś stopniowo się wdraża” (*Twarzy wam...*, 2019, s. 34).

Firmy rodzinne budowane są na silnych więzach emocjonalnych. Z tego powodu pierwszeństwo w obsadzaniu stanowisk zarezerwowane jest dla rodziny. Przedsiębiorcy zawsze podkreślają, że ufają rodzinie i zazwyczaj zaufanie to w codziennej działalności biznesowej nie zostaje nadszarpięte. Leszek Gierszewski stwierdził: „I jest jeszcze jeden ogromny plus takiej konstrukcji firmy – jest szczelna, nasze decyzje nie wydostają się na zewnątrz, jeśli tego nie chcemy” (*Nie muszę...*, 2016, s. 4). Dodaje przy tym, że rodzinę zatrudnioną w firmie cementuje także świadomość tego, że „po prostu wszyscy wiemy, że jedziemy na jednym wózku” (s. 4). W podobnym duchu wypowiedział się Mateusz Juroszek:

Dziś głównym problemem jest znalezienie wysoko wykwalifikowanych specjalistów do pracy, którzy będą umieli się z nami dogadywać. A kto, jeśli nie rodzina, zrozumie nas najlepiej. Brat genetycznie jest podobny do mnie, ma podobne zdolności, będzie więc łatwiej nam się porozumieć. Idealnie byłoby za 50 lat mieć w firmie dużą część rodziny. (*Za 50 lat...*, 2017, s. 39)

Z punktu widzenia analizowanego problemu cenną uwagę o trwałości i potencjale firm rodzinnych przedstawił Zbigniew Juroszek: „Biorąc pod uwagę te nasze 27 lat doświadczeń, dochodzę do przekonania, że jedynie biznes rodzinny jest w stanie zbudować dużą skalę działania i panowania nad tym, co robi” (*Za 50 lat...*, 2017, s. 39).

Prof. Krzysztof Oblój, zwracając uwagę, jak zarządzać przeszłością firmy, podpowiada przedsiębiorcom, że historia firmy kładzie się długim cieniem na jej teraźniejszości i przyszłości (2017, s. 19). Dobre doświadczenia z przeszłości są dla sukcesorów, przejmujących dzieło ojca czy dziadka w bezpośredni zarząd, wskazówką wyznaczającą przyszłe kierunki rozwoju. Dlatego tak ważne jest wskazanie na wartość niematerialną firmy i emocjonalny z nią związek. Prof. Oblój zwraca uwagę, jak ważne jest, aby przedsiębiorca umiejętnie odczytał, które „fragmenty i efekty historii firmy stanowią produktywny tworzywo przyszłości, a które trzeba zniszczyć, wyeliminować lub o nich zapomnieć” (s. 19).

6. Przedsiębiorca a wzrost gospodarczy

Każdy przedsiębiorca prowadzący działalność gospodarczą codziennie podejmuje pracę po to, aby przetrwać i utrzymać pozycję firmy na rynku. Wielu z nich, kierując się doświadczeniem biznesowym, tempo wzrostu przewidziane dla swojego przedsiębiorstwa określa jako umiarkowane, zrównoważone, ewolucyjne. Nikt nie podejmuje ryzyka określanego mianem gwałtownego i szybkiego wzrostu. Marek

Piechocki opowiada się za wzrostem ewolucyjnym. Swoje stanowisko uzasadnia w następujący sposób: „Czyż to nie jest pięknie rosnąć tak spokojnie po 10–15 procent w ciągu roku? Jak coś robisz szybko i gwałtownie, to cierpi na tym jakość” (*Twarzy wam...*, 2019, s. 34). Idealny rozwój przedsiębiorstwa, według Marka Piechockiego, to zasada: „A my ciągle małymi kroczkami posuwamy się do przodu” (s. 28). Ta filozofia rozwoju jest szczególnie widoczna w sektorze MSP, działających w małych miasteczkach i na wsiach. Wyniki moich badań prowadzonych w 2017 roku pokazują, że duża część doświadczonych przedsiębiorców, prowadzących zakłady ponad dwadzieścia lat, podkreśla, iż ich filozofia rozwoju sprowadza się do przyjęcia zasady „dorabiania się małą łyżeczką”. Podkreślają oni, że do osiągnięcia względnie trwałego sukcesu potrzebne jest „dorabianie się powoli”, czyli: „za tobą musi świadczyć robota, a nie kasa zgarnięta z rynku. Chciwość ma krótkie nogi”. Umiarkowany, stabilny rozwój i wzrost wielu przedsiębiorców uzasadnia dodatkowo tym, że „przecież ja mam rodzinę i muszę jej zapewnić stabilny byt. Nie mogę pozwolić sobie na szarżowanie i przez to utratę klientów” (Kamosiński, 2018).

Jacek Santorski (2005, s. 16) zauważył, że bankructwo czy likwidacja przedsiębiorstwa z przyczyn ekonomicznych odbierana jest przez wielu biznesmenów jako kompromitacja. Uznają oni, że w momencie upadłości firmy stracili dobre imię, ponieważ zawiedli siebie i często najbliższych. Fakt ten potwierdza wcześniejsze uwagi, że wartość niematerialna przedsiębiorstwa odgrywa dla właściciela znaczną rolę i przewyższa jej księgową wartość. Codzienne zmagania o to, aby firma przetrwała, legły u podstaw trafnej uwagi prof. Andrzeja Blikle wypowiedzianej w 2013 roku: „Wszyscy przedsiębiorcy mają umowę śmieciową z rynkiem. Rynek nawet jej nie wypowiada, po prostu przestaje płacić” (Góralczyk, 2013, s. 212). Marek Piechocki o lękach związanych z tym, czy LPP przetrwa w 2019 roku, powiedział:

Długo miałem taki strach, czy LPP w ogóle przetrwa. Jeszcze w okolicach 2010 roku mówiłem dzieciom: kochani, musicie się przygotować na to, że kiedyś LPP splajtuje. Dlatego chcę was tak wykształcić, żebyście samodzielnie umieli zarabiać na swoje rodziny, pracując gdziekolwiek jako najemni pracownicy. (*Twarzy wam...*, 2019, s. 33).

7. Przedsiębiorca a otoczenie firmy. Społeczna odpowiedzialność biznesu

Wielu przedsiębiorców jako naturalne traktuje nawiązanie współpracy z otoczeniem, w którym działa firma. Angażują się w sponsorowanie lokalnych wydarzeń sportowych czy kulturalnych. Uznają, że w ten sposób mogą podzielić się sukcesem z instytucjami, które są ważne dla wzmocnienia marki gminy, na terenie której prowadzony jest ich biznes. Według mnie potrzeba ta warunkowana jest także koniecznością okazania społeczności lokalnej wdzięczności za współpracę. W tym kontekście przedsiębiorcy dostrzegają potrzebę zatrudniania w pierwszej kolejno-

ści osób z miejscowości, w której prowadzą działalność gospodarczą. Leszek Gierszewski zauważył, że „[...] o godzinie 15.00 Bytów jest zakorkowany, bo wszyscy z biura Druteksu wracają do domu” (*Nie musze...*, 2016, s. 4). Prowadzenie społecznie odpowiedzialnego biznesu to warunek działania zgodnie z zasadą nieingerowania w środowisko naturalne i ograniczenia niszczącego wpływu gospodarującego człowieka w mikroskali na otoczenie przyrodnicze. Duża część polskich przedsiębiorców uznaje tę zasadę. Część z nich identyfikuje się z wypowiedzią kierującej Greenpeace Jennifer Morgan, która, komentując strategię rozwoju polskiej energetyki w oparciu o węgiel kamienny, potwierdzoną podczas szczytu klimatycznego odbywającego się w 2018 roku w Katowicach, powiedziała, cytując przedsiębiorcę: „Jakie poważne firmy będą chciały umieścić swoje biznesy w kraju, którego gospodarka jest oparta w 80% na węglu?” (*Z węglem...*, 2018, s. 17).

Marek Piechocki społeczną odpowiedzialność biznesu postrzega jako służbę, którą pełni przedsiębiorca w gospodarce kraju. W rozmowie z lutego 2019 roku na pytanie, czy chce zostawić po sobie jakiś ślad w historii, jak Cegielski czy Chłapowski, odpowiedział z pełnym przekonaniem: „Jasne, każdy człowiek chce coś po sobie pozostawić. Mam zamiar stworzyć coś dla Polaków, zbudować siłę gospodarczą firmy i naszego kraju” (*Twarzy wam...*, 2019, s. 33). Kierując się takim przekonaniem, nie może pogodzić się z tym, że polska firma Solaris została sprzedana w 2018 roku Hiszpanom. Powiedział: „Z tego Solarisa cieszyłem się jak dzieciak: nowoczesna technologia w Europie, lider sprzedaży autobusów elektrycznych. Jako Polak mogłem się nim chwalić. I teraz sprzedano ją Hiszpanom” (s. 34).

8. Firma jako wspólnota pracodawcy i pracownicy

Wartość niematerialną firmy wielu przedsiębiorców określa jako wolę zbudowania wspólnoty pracowników i pracodawcy. Integracja zespołu wokół wspólnego celu, którym jest przetrwanie na rynku, to ogromny sukces przedsiębiorcy. Aby przebiegała ona sprawnie, właściwe jest stworzenie przyjaznego środowiska pracy. Leszek Gierszewski wskazał: „ma być fajnie, to jest nasza firma”. Z tego powodu dba o każdy szczegół otoczenia: w zakładzie są „dopieszczane hale produkcyjne, marmurowe posadzki, podświetlane schody, 30 tysięcy kwiatów wokół budynków produkcyjnych”. Wspomniany przedsiębiorca takie działania uzasadnia w następujący sposób: „A ja to po prostu lubię. Te marmury, podświetlenia, kwiaty. To moja firma i chcę się tu dobrze czuć. I pracownicy też mają się tu dobrze czuć” (*Nie muszę...*, 2016, s. 5). Dla Daniela Mzyka integracja zespołu powinna w pierwszej kolejności wynikać ze zrozumienia misji firmy i poszanowania jej wartości. W misji jego firmy znajduje się prowokacyjne i zmuszające do refleksji zdanie: „psychopatyczna kultura korporacyjna, biurokratyczne wzorce zachowań, darwinizm społeczny i egoizm to łabędzi śpiew i właśnie biznes musi to zmienić” (*U mnie...*, 2018, s. 36). Daniel Mzyk wyjaśnia: „Niekóórzy mogą uznawać nasze

założenia za zbyt górnolotne, ale nam naprawdę zależy na tworzeniu pozytywnej energii. Żeby ludzi nie zapędzić w kierat, ale tworzyć stymulujące stanowisko pracy” (*U mnie...*, 2018, s. 36). Właściciele z sektora małych i średnich przedsiębiorstw wkładają wiele wysiłku w zintegrowanie zespołu pracowników także ze względu na dużą fluktuację kadry, co w konsekwencji może prowadzić do upadłości. Według moich ustaleń przedsiębiorcy ze wskazanego sektora za sukces uznają to, gdy pracownik, zwracając się do pracodawcy, mówi: „nasza firma wymaga...”, „w naszej firmie by się przydało...”, „ktoś czepiał się naszej firmy...”, „poprawmy to w naszej firmie...” (Kamosiński, 2018).

Zdaniem przedsiębiorców podstawową wartością w relacjach z załogą jest zaufanie. Ciekawą wykładnię tego problemu dał Leszek Gierszewski:

Najważniejsza rzecz: nigdy nie staram się być najmądrzejszy. Nie muszę być. To moja firma – skoro mi na niej zależy, to muszę szukać takich, którzy wiedzą ode mnie lepiej. A gdybym był tylko wynajętym prezesem, musiałbym sobie dodawać ważności. To i pewnie bym mądrzejszych od siebie nie dobierał, bo po co mi konkurencja. Rzecz druga: zaufanie. W wielkich korporacjach ludzie boją się odpowiedzialności. A u nas jest duże zaufanie, ludzie dostają wolną rękę. (*Nie muszę...*, 2016, s. 4)

Podobne zasady zarządzania wprowadza Marek Piechocki. Doświadczenie lat 2015–2016, gdy firma generowała straty, sprawiło, że:

[...] uznałem, że trzeba przekazać więcej odpowiedzialności na niższe szczeble, jak gdyby uprawomocnić ludzi, którzy tworzą ze mną i dla mnie ten biznes. Jak ktoś zamawia wspaniałe kolekcje, które się świetnie sprzedają, to mu się do roboty nie wtrącamy. Niech to robi dalej. (*Twarzy wam...*, 2019, s. 32)

Stworzenie dobrego środowiska pracy, które inspiruje i daje satysfakcję pracownikowi, to jedna z ważniejszych wartości, o której mówią przedsiębiorcy. Marek Piechocki powiedział:

Dla mnie ważniejsze od tego, czy osiągnąłem zieleń czy turkus (mowa o technice zarządzania – SK), jest to, czy ludzie w LPP mają poczucie, że zyskali siłę sprawczą, poczucie sensu tego, co robią w życiu. Od nich zależy, jak ich otoczenie zawodowe będzie wyglądało. (*Twarzy wam...*, 2019, s. 33)

Wartość niematerialną firmy podnoszą jej pracownicy – odpowiedzialni przedsiębiorcy, zazwyczaj założyciele firm, nie mają w tej kwestii wątpliwości. Na rynku pracy trudno znaleźć talenty, które będą oddane firmie, dlatego wielu przedsiębiorców dąży do kreowania pozytywnego wizerunku firmy jako dobrego, rzetelnego i uczciwego pracodawcy. Wynika z tego zapewne fakt, że polscy przedsiębiorcy w 2016 roku wypłacali średnie miesięczne pobyry w kwocie 4131 zł brutto. Polska Rada Biznesu podkreśla, że były one o 274 zł wyższe niż średnia dla całej gospodarki: „Oznacza to, że polscy przedsiębiorcy chętniej niż pozostałe grupy firm dzielili się ze swoimi pracownikami wypracowaną

w firmie wartością dodatnią” (Czerniak, Haponiuk & Kąsek, 2018, s. 5). Marek Piechocki podkreśla:

Chcę żeby LPP było najlepszym pracodawcą w Polsce. [...] Czasami ci młodzi chcą doświadczyć czegoś nowego i od nas odchodzą. Dla mnie ważne jest, żeby zostawili po sobie porządek, przekazali obowiązki i zachowali się fair wobec naszej firmy. Często wracają. (*Twarzy wam...*, s. 2019, s. 33)

Podobny pogląd wyraża Tomasz Domogała, założyciel i prezes funduszu TDJ, który powiedział: „Staramy się być preferowanym pracodawcą, żeby przyciągać top talents z rynku” (*Jak podtrzymać...*, 2019, s. 101).

Przedsiębiorcy z sektora MSP, prowadzący działalność gospodarczą w małych miastach i na wsiach, podkreślają, że dla nich rekrutacja pracowników na wolnym rynku jest nie do przyjęcia: „nie można do małej firmy wprowadzać ludzi z zewnątrz”. Zatrudnione osoby w badanych przedsiębiorstwach pracują zazwyczaj kilka lat i, jak podkreślali przedsiębiorcy, zawodu nauczyli się w firmie. Pod pojęciem nauka zawodu rozumieją przekazanie pracownikom know-how. Pracowników rekrutuje się głównie z polecenia zaufanych osób. Ta metoda pozwala na zamknięcie firmy na niebezpieczne wpływy zewnętrzne, związane np. z wyprowadzeniem tajemnic produkcji, kierunków rozwoju. Z drugiej strony wskazać należy, że zamykanie się tej grupy przedsiębiorców na rekrutację otwartą jest formą dyskryminacji. Wskazani przedsiębiorcy, w imię obrony własnej firmy przestrzegają jako wartość, nie przestrzegają reguł antydyskryminacyjnych. Jak to postępowanie pogodzić z zasadami społecznej odpowiedzialności biznesu i etycznego prowadzenia biznesu? To trudny problem. Reprezentanci sektora mikroprzedsiębiorstw oraz MSP, co zrozumiałe, bronią wartości wypracowanej przez lata, obawiają się nieuczciwości pracowników i w imię ochrony własnych praw nie dostrzegają praw innych osób.

Dla firmy, która odnosi sukcesy, niezależnie, czy na globalnym czy lokalnym rynku, najważniejsi są ludzie – lojalni pracownicy, którzy oddają jej talent i wiedzę. Dominic Barton, globalny partner zarządzający firmy doradczej McKinsey&Company, stwierdził: „Trzeba dobrze poznać ich umiejętności, ale też potrzeby, słuchać ich pomysłów, liczyć się z ich zdaniem. [...] Należy też na bieżąco oceniać, jak najlepiej wykorzystać ich możliwości w przyszłości” (Zielewski, 2018, s. 83).

Prowadzenie firmy, zdaniem wielu przedsiębiorców, to pasja, której nie można niczym zastąpić. Zbigniew Jakubas, obserwując pracę firmy CD Projekt, powiedział, że w jego ocenie pasja, pracowitość oraz *idee fixe* decydują o sukcesie, a pieniądze tylko ułatwiają realizację tego zadania:

A wiecie, dlaczego Kicińskiemu i spółce się udało? Bo do tego, co robili, podchodzili z pasją, byli pracowici i mieli wielką *idee fixe* zrobienia Wiedźmina. Przyszli do mnie, bo byli pod ścianą, potrzebowali 14,5 miliona złotych. [...] Pojechałem do nich, aby zobaczyć, jak się robi gry. Wszedłem do sali, gdzie pracowało ze stu programistów. Żadnych luksusów, meble z Ikea. Wszyscy byli absolutnie skupieni na pracy. Kiedy chodziłem po sali, nawet nie podnieśli głów.

Pewnie gdyby tam granat wybuchł, to też by nie zauważyli. Byli skoncentrowani na doskonaleniu ruchów postaci [...]. Wywarli na mnie wrażenie. Następnego dnia przelałem pieniądze. (*Nie jestem...*, 2018, s. 22).

9. Przedsiębiorca a polityka fiskalna

Na podłożu postrzegania przez przedsiębiorców firmy przez pryzmat wartości niematerialnej i emocji związanych z codziennym nią kierowaniem rodzi się ich sprzeciw wobec tego, że państwo polskie i podległe mu instytucje traktują ich jak potencjalnych oszustów. Zbigniew Jakubas w czerwcu 2018 roku powiedział, że „państwo stało się agresywne fiskalnie wobec przedsiębiorców i obywateli” (*Nie jestem...*, 2018, s. 22), a Wiesław Podraza, właściciel Sanplastu, w lutym 2019 roku, mówiąc o przepisach ordynacji podatkowej, stwierdził, że są one złe, ponieważ „podatników traktuje się jak złodziei” (*Co zmienić...*, 2019, s. 107). Opinie i oceny leżące u podstaw założeń legislacyjnych i prowadzonych przez instytucje państwowe kontroli zdaniem przedsiębiorców są dla nich krzywdzące i niesprawiedliwe. Naruszają one w ich ocenie wartość fundamentalną, którą jest godność przedsiębiorcy. Rodzi to poczucie skrzywdzenia i poniżenia. Biznesmeni związani emocjonalnie z firmą, dziełem życia, są w oczach państwa osobami podejrzanymi. Państwo i jego instytucje nie ufają im. W następstwie tego obserwuje się w Polsce stałą erozję zaufania formalnego. Francis Fukuyama (1997, s. 40) stwierdził:

Jeżeli pomiędzy współpracownikami danego przedsięwzięcia zachodzi wzajemne zaufane wynikające z wyznawania tych samych norm kodeksu etycznego, prowadzenie interesów jest mniej kosztowne.

Niedostatek czy wręcz brak zaufania państwa do przedsiębiorców powiększa koszty prowadzenia biznesu nie tylko w sensie materialnym. Są one dużo wyższe w sferze niematerialnej, ponieważ rujną podstawowe relacje między państwem a przedsiębiorcami. Fukuyama (1997, s. 40) zauważył:

W sytuacji odmiennej, przy braku wzajemnego zaufania, do kooperacji może dochodzić tylko pod nadzorem systemu formalnych zasad i regulacji, które są częstym przedmiotem negocjacji i sporów oraz wiążą się z egzekucją należnych praw nierzadko na drodze przymusu. Aparat mechanizmów legislacyjnych stanowiący substytut zaufania pociąga za sobą wydatki, które ekonomiści określają mianem kosztów transakcyjnych.

Problem ten dostrzegają przedsiębiorcy, którzy, jak Krzysztof Pawiński, bronią wartości, które wypracowali przez lata, apelując o to:

[...] żeby ta biegunka legislacyjna wreszcie się skończyła. Żeby nie był na siłę uszczęśliwiany rzeką aktów prawnych, których nawet przeczytać nie można. Żebyśmy wprowadzili coś takiego racjonalnego, że w miejsce nowego aktu prawnego jeden stary trzeba wycofać. (*Jak podtrzymać...*, 2019, s. 101)

Inflację prawa finansowego i podatkowego, która stała się udręką przedsiębiorców, Zbigniew Jakubas postrzega przez pryzmat wrażenia, że zmiany w prawie podatkowym są tak pisane, „jakby nie było ciągłości państwa polskiego” (*Co zmienić...*, 2019, s. 107). Wiesław Podraza zwraca uwagę, że błędy skarbowe są często niezawinione przez przedsiębiorcę, a wynikają z nieustannie zmieniających się przepisów prawa:

Nasze firmy zatrudniają cały aparat księgowo-finansowy po to, żeby prowadzić rzetelnie dokumentację. I nie ma co do zasady złej woli, że ta dokumentacja jest źle prowadzona. Ale ze względu na przepisy, które się nieustannie zmieniają, nie sposób nie popełnić błędów. A urzędy skarbowe nie dają szansy na ich wytłumaczenie. Normalnie prowadząca działalność średniej wielkości firma nie jest w stanie obronić się przed urzędnikami skarbowymi. (s. 107)

10. Przedsiębiorstwo jako wartość materialna

Firma to także jej wartość wymienna, wycena, jaką daje jej rynek. Przedsiębiorcy przez swoje działanie, realizację wizji i strategii rozwoju dążą do zwiększenia wartości wymiennej firmy, którą budują. Zdają sobie sprawę, że proces ten, gdy firma będzie działała, nigdy się nie skończy. Przecież jest ona formą zabezpieczenia przyszłości przedsiębiorcy, gdy nie będzie w rodzinie osób chętnych do jej przejęcia. Firmę Solaris od rodziny Olszewskich za 1,29 mld złotych wykupił hiszpański inwestor, producent autobusów CAF. Swoje firmy sprzedali w ostatnim roku Kazimierz Pazgan – właściciel Konspolu, Ryan Gostomski – właściciel Browaru Namysłów, który kupiła firma Żywiec (0,5 mln zł) oraz Piotr i Wojciech Kot, którzy sprzedali Delphia Yachts (Karnaszewski, 2019, s. 76). Decyzje takie często wiążą się z wolą uratowania marki przed rosnącą konkurencją. Gdy właściciel dochodzi do kresu możliwości rozwoju firmy w oparciu o własne zasoby, będzie szukał, mając do niej stosunek emocjonalny, inwestora, który pozwoli jej przetrwać.

11. Wizerunek przedsiębiorcy w społeczeństwie polskim

Zewnętrzny wizerunek polskiego przedsiębiorcy w oczach społeczeństwa, według raportu przedstawionego przez Polską Radę Biznesu, jest pozytywny: „[...] Polacy są pełni uznania dla przedsiębiorców i twierdzą, że ten szacunek jest powszechny i zasłużony. 72% badanych w 2016 roku zgadzało się ze stwierdzeniem, że przedsiębiorcy wytwarzają większość dochodu w Polsce”. Polacy uważają, że rodzimi biznesmeni budują siłę ekonomiczną kraju i mają dobry wizerunek poza granicami Polski. Twórcy raportu konkludują: „Prestizż przedsiębiorców jest jedną z przyczyn wysokiej skłonności Polaków do zakładania własnych przedsiębiorstw” (Czerniak, Haponiuk & Kąsek, 2018, s. 32). Cechy, jakie Polacy przypię-

sują przedsiębiorcom, to: zamożność, pożyteczność i dobre wykształcenie, natomiast „stosunkowo rzadko Polacy uznawali przedsiębiorców za uwikłanych w politykę, uczciwych czy lubianych”. Co ważne, cechy negatywne, jak stwierdzają autorzy raportu, są kreowane w oparciu o przekaz medialny, ponieważ opinie o konkretnym pracodawcy były znacznie lepsze (Czerniak, Haponiuk & Kąsek, 2018, s. 34).

Wskazane badania korespondują z opinią wyrażoną przez Jacka Santorskiego, który zwrócił uwagę, że w Polsce w przekazie medialnym nie ma przygotowanej w przypadku przedsiębiorcy „żadnej dobrej historii, żadnego archetypu, do którego moglibyśmy się odwołać. Negatywne emocje budzi bohater powieści „Lalka” Bolesława Prusa – Stanisław Wokulski, który miał wielkie, czerwone, odmrożone dłonie i był niepociągający” (*Dusza z ciała biznesmena*, 2005, s. 16). Media, walcząc o stały wzrost oglądalności, poszukują sensacji i skupiają się na nagłaśnianiu negatywnych przykładów. Bycie uczciwym niestety nie jest medialne, a, jak zauważa Jacek Santorski, na podstawie obrazu kreślonego przez media, „będąc biznesmenem właściwie trudno nie mieć uczucia grzechu własnego” (s. 16).

12. Zakończenie

Przedsiębiorcy budują wartość materialną firmy. Dla postronnych obserwatorów jest to najważniejszy cel ich pracy. Z tego powodu wielu obserwatorów negatywnie ocenia tę grupę zawodową. Tymczasem wysiłek wkładany przez nich w to, aby każdego dnia zmagać się z konkurencją i utrzymać się na rynku, nie byłby możliwy bez postrzegania własnej firmy jako wartości niematerialnej. W tym sensie firma zaspokaja potrzebę uznania w środowisku, odniesienia sukcesu, zbudowania trwałych fundamentów dla rodziny i przekazania jej następnym pokoleniom. Bez zaangażowania pozytywnych emocji wielu przedsiębiorców nie odnieś sukcesu materialnego. Budowany jest on na wielu pozytywnych wartościach, których należy przestrzegać w życiu prywatnym i zawodowym. Płaszczyzn tych nie można rozdzielić. Doświadczenie wielu przedsiębiorców dowodzi, że osoby budujące biznes szybko, opierające działalność na nieuczciwych praktykach, znikają z rynku.

Prof. Krzysztof Oblój napisał: „Potrzeba nam firm-ikon, które odnoszą sukces i jednocześnie stanowią obywatelskie marki, świadectwa, że można rozwijać się i zarabiać pieniądze, postępując etycznie” (Jasiecki, 2013, s. 311). Nawiązując do tego apelu, warto zauważyć, że duża grupa przedsiębiorców zbliża się, nabywając z upływem lat doświadczenia, do postulowanego wzorca. Wypowiedzi tzw. top biznesmenów oraz przedsiębiorców pracujących na prowincji dowodzą, że świat biznesu się zmienia. Wpływ ma na to także umocnienie się w Polsce kapitalizmu i wraz z tym zbudowanie przez przedsiębiorców silnych fundamentów dla ich biznesu. Ich firmy mają już ugruntowaną pozycję na rynku zarówno globalnym, jak i krajowym oraz wyłącznie regionalnym czy węższym pod względem liczby klientów, powiatowym i gminnym. Na tej podstawie rodzi się refleksja nad

rolą firmy w życiu przedsiębiorcy i jego rodziny. Stała się ona wartością niematerialną. Przedsiębiorcy rozpoczynający działalność w latach 90. XX wieku czy w pierwszej dekadzie XXI wieku stali się grupą dojrzałych osób, które zbudowały markę osobistą, nie tylko etycznie prowadząc biznes, lecz także aktywnie wspierając zachodzące w ich otoczeniu zmiany. Z tego tytułu często dzielą się doświadczeniem związanym z prowadzeniem firmy, uczą adeptów przedsiębiorczości, jak być dobrym człowiekiem w biznesie.

Bibliografia

- Co zmienić w polskim systemie podatkowym. (2019). *Forbes*, 2, 106–107.
- Córce ufam bezgranicznie. Zbigniew Grycan przygotowuje Małgorzatę do przejęcia sterów, sam jednak nie zwalnia tempa. (2017). *Forbes*, 12, 20–24.
- Czerniak, A., Haponiuk, H., & Kąsek, L. (2018). *Przedsiębiorca odczarowany. Kim są twórcy polskiej gospodarki?* Warszawa: Polska Rada Biznesu.
- Dusza z ciała biznesmena. Z Jackiem Santorskim rozmawia Piotr Gruszczyński. (2005, 27 marca). *Tygodnik Powszechny*.
- Fukuyama, F. (1997). *Zaufanie. Kapitał społeczny a droga do dobrobytu*. Warszawa–Wrocław: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Góralczyk, P. (red.). (2013). Myśli o... pracy. *Forbes*, 11, 212.
- Jak podtrzymać polski cud gospodarczy. (2019). *Forbes*, 02, 100–101.
- Jasiecki, K. (2013). *Kapitalizm po polsku. Między modernizacją a peryferiami Unii Europejskiej*. Warszawa: Wydawnictwo Instytutu Filozofii i Socjologii Polskiej Akademii Nauk.
- Kamosiński, S. (2018). Sektor małych i średnich przedsiębiorstw a społeczna odpowiedzialność biznesu. Raport z badań własnych przeprowadzonych w gminie rolniczej. *Marketing i Rynek*, 11, 191–201.
- Karnaszewski, P. (2019). Polskie firmy ruszyły na łowy za granicą. *Forbes*, 02, 74–81.
- Mackiewicz, A. J. (2010). *Psychologia zwolnień. Jak właściwie prowadzić działania derekrutacyjne*. Warszawa: Difin.
- Nie było wyjścia, musieliśmy sami sobie poradzić. Piotr Voelkel z rodziną. (2017). *Forbes*, 1, 26–30.
- Nie jestem pazerny. Zbigniew Jakubas o tym, jak się robi biznes w Polsce, rozmawiali Piotr Karnaszewski i Filip Kowalik. (2018). *Forbes*, 6, 22–30.
- Nie muszę być najmądrzejszy w firmie. Rozmowa Macieja Drzewickiego i Grzegorza Kubickiego z Leszkiem Gierszewskim, prezesem firmy Drutex. (2016). *Gazeta Wyborcza*, 3–5.
- Niektórzy wolą raczej zginąć, niż się zmienić. Prof. Krzysztof Obłój w rozmowie z Piotrem Karnaszewskim. (2017). *Forbes*, 12, 50–58.

- Oblój, K. (2017). *Praktyka strategii firmy. Jak zarządzać przeszłością, radzić sobie z teraźniejszością i tworzyć przyszłość*. Warszawa: Wydawnictwo Poltext.
- Twarzy wam nie pokażę. Ale wewnątrz bez oporów. Rozmowa Eryka Stankunowicza z Markiem Piechockim. (2019). *Forbes*, 02, 28–38.
- U mnie wszystko jest przemyślane. Z Danielem Mzykiem rozmawiał Filip Kowalik. (2018). *Forbes*, 12, 26–36.
- Z węglem Polsce nie do twarzy. Z Jennifer Morgan rozmawia Paulina Reiter. (2018). *Gazeta Wyborcza*, nr 280.9494.
- Za 50 lat to wciąż będzie nasz biznes, Zbigniew Juroszek z synem. (2017). *Forbes*, 12, 37–39.
- Zasiadczyk, A., & Krasicki, A. (2016). *Polskie firmy rodzinne*. Warszawa: Wydawnictwo Muza.
- Zielewski, P. (2018). Ludzie są najważniejsi. Raport McKinsey i Forbesa jak wykorzystać potencjał automatyzacji. *Forbes*, 6, 82–84.

Monika Fiedorzuk
University of Bialystok
Faculty of Economics and Management
Department of International Economic Relations
e-mail: monika.fiedorzuk@uwb.edu.pl

Ewolucja systemu gospodarczego Rosji: uwarunkowania, etapy i perspektywy zmian

The evolution of the economic system in Russia: Circumstances, stages and perspectives of change

The political and economic reforms in Russia since the beginning of the 1990s have made it possible to build a new economic system. Over more than 25 years, this system has evolved under the influence of, among others, economic and financial crises, which resulted in changes in the role of the state, ownership structure and the specificity of the corporate sector. The main goal of the paper is to identify the key elements and features of the economic system in Russia in the specified stages of its evolution and to indicate the perspectives of changes. To achieve this goal, an in-depth analysis was made of the literature and statistical data. The author puts forward the thesis that there are still some premises of the evolution of the economic system in Russia which resulted from the need for structural changes and the exhaustion of the current model of economic growth. However, in the immediate future, the economic system in Russia will not evolve significantly because of the economic stability and the lack of political will to make significant reforms.

Keywords: Russia, privatization, ownership structure, state, economic crises

JEL Classification: E32, P21, P26, P27

1. Wprowadzenie

Przemiany polityczne i gospodarcze, rozpoczęte w Rosji pod koniec lat 80., umożliwiły budowanie gospodarki rynkowej. Przyjęte kluczowe reformy, w tym w sferze prywatyzacji, wpłynęły na funkcjonowanie przedsiębiorstw oraz udział sektora państwowego w gospodarce. Określiły ponadto początkową specyfikę systemu gospodarczego Rosji. W kolejnych latach system gospodarczy Rosji zmieniał się pod wpływem ważnych wydarzeń gospodarczych i politycznych, jak kryzys z 1998 r., który implikował ewolucję struktury sektora korporacyjnego, oraz zmiany na scenie politycznej na przełomie XX i XXI wieku. Na jego ewolucję rzutowała też korzystna koniunktura i wysokie ceny międzynarodowe głównych produktów eksportowych. Na zmianach systemu gospodarczego w Rosji znacząco zaważył ponadto kryzys z 2008 r., jak również następujący po nim okres stagnacji, który kolejny raz zwrócił uwagę na wyczerpanie się modelu wzrostu gospodarczego, opartego o ekstensywne wykorzystanie czynników produkcji.

Celem artykułu jest próba identyfikacji kluczowych elementów i charakterystyk systemu gospodarczego Rosji na różnych etapach jego rozwoju oraz perspektyw zmian w tym systemie, jakie wynikają z aktualnej sytuacji w gospodarce. Realizacja postawionego celu była możliwa dzięki pogłębionej analizie literatury przedmiotu, dotyczącej gospodarki rosyjskiej (w tym jej przemian i dynamiki w czterech wyodrębnionych okresach od początku transformacji do chwili obecnej) oraz danych statystycznych, odnoszących się do makroekonomicznej sytuacji kraju. Autorka stawia tezę, że stale występują przesłanki ewolucji systemu gospodarczego Rosji, wynikające z potrzeby przemian strukturalnych i wyczerpania się dotychczasowego modelu wzrostu gospodarczego.

2. Pojęcie i elementy systemu gospodarczego

Analiza systemu gospodarczego kraju wymaga zdefiniowania samego pojęcia systemu oraz wskazania głównych kryteriów oceny i cech pozwalających na dokładny jego opis. Jak przyjmuje T. Kowalik (2005, s. 15), system gospodarczy to zespół podmiotów gospodarczych i innych jednostek, działających według określonych zasad, bodźców, nakazów i zakazów w dziedzinie produkcji, podziału, wymiany i konsumpcji dóbr i usług. Nieco węższe ujęcie proponuje J. W. Bossak (2006, s. 19), który uznaje, że system gospodarczy jest częścią całości systemu instytucjonalnego państwa, stanowiąc wewnątrznie spójny zbiór instytucjonalnych czynników, określających mechanizmy i działalność gospodarczą społeczeństwa oraz osiągnięte wyniki. L. Balcerowicz (1993, s. 14–15) z kolei rozróżnia możliwość definiowania systemu gospodarczego w ujęciu szerokim i wąskim. W ujęciu szerokim system gospodarczy zawiera różne, względnie trwałe determinanty działalności gospodarczej (materialne zasoby i niematerialne instytucje), samą działalność gospodarczą oraz jej wyniki. Z kolei w ujęciu wąskim to zestaw trwałych

niematerialnych wyznaczników działalności gospodarczej i jej efektów, który Autor traktuje jako sprawność gospodarczą.

System gospodarczy kraju powstaje w wyniku złożonego procesu społeczno-politycznego w określonych warunkach historycznych. Zawiera następujące elementy (Swadźba, 2009, s. 42–43):

- (1) ład gospodarczy – organizacja gospodarki i jej struktura (ustrój gospodarczy, ład ukształtowany i unormowany społecznie);
- (2) czynniki gospodarcze – zasoby, kapitał ludzki, klimat;
- (3) procesy gospodarcze: produkcji i podziału oraz ich wyniki (wysokość i wzrost dochodu narodowego, zatrudnienie, handel zagraniczny, struktura podziału dochodu).

Analiza i opis systemu gospodarczego danego kraju wymaga zdefiniowania czy zmierzenia przynajmniej większości następujących kryteriów oceny i elementów:

- (1) mechanizm koordynacji decyzji i forma własności środków produkcji;
- (2) efektywność funkcjonowania gospodarki;
- (3) rola państwa w gospodarce, jego aktywność w sferze realnej i regulacyjnej (udział we własności przedsiębiorstw, wielkość budżetu w relacji do PKB, struktura wydatków);
- (4) struktura własności i poziom gwarancji praw własności;
- (5) poziom rozwoju i efektywność systemu finansowego (w tym rynku kapitałowego, systemu bankowego);
- (6) prowadzona polityka monetarna, podatkowa;
- (7) funkcjonowanie rynku pracy i system zabezpieczenia społecznego.

Z uwagi na różnorodność kształtowania się wymienionych elementów gospodarki w przypadku wielu krajów, badacze wyróżniają szereg odmian gospodarek kapitalistycznych, bazując często na zaproponowanej przez P. A. Halla i D. Soskice'a (2001) typologii wariantów kapitalizmu (*varieties of capitalism*)¹. Autorzy, w oparciu o takie kryteria, jak: stosunki pracy, system szkolenia zawodowego i edukacji, nadzór korporacyjny, relacje między firmami, kompetencje pracowników i ich skłonność do współpracy, wyróżnili dwa skrajne warianty gospodarek rynkowych: liberalny i oparty na koordynacji. Jak podkreśla K. Jasiecki (2014, s. 45), rozróżnienie to może być pomocne do analizy zmian strukturalnych w gospodarkach Europy Środkowej i Wschodniej, które wpisują się w drugi wariant – gospodarek rynkowych opartych na koordynacji, w przypadku których funkcjonowanie podmiotów gospodarczych zależne jest w znacznym stopniu od nierynkowych relacji.

¹ Szerszy przegląd wariantów klasyfikacji systemów gospodarczych proponowanych przez różnych autorów oraz o perspektywie różnorodności kapitalizmu, również w odniesieniu do byłych gospodarek socjalistycznych, w pracy Jasieckiego (2014).

3. Etapy ewolucji gospodarki i systemu gospodarczego Rosji

W przypadku Rosji wyróżnić należy szereg procesów i czynników, które przesyłały o przemianach i specyfice systemu gospodarczego:

- (1) o charakterze ekonomicznym – w sferze realnej i finansowej (dla Rosji szczególne znaczenie kryzysu finansowego z 1998 r.), wewnętrzne (np. proces redystrybucji własności po kryzysie) i zewnętrzne (koniunktura międzynarodowa, ceny ropy);
- (2) o charakterze politycznym – władze polityczne, ich decyzje, działania i stabilność, skala ingerencji w procesy gospodarcze, relacje z przedsiębiorcami.

Analiza przemian i dynamiki w gospodarce rosyjskiej pozwala na wyodrębnienie czterech głównych etapów, które wpłynęły na ewolucję systemu gospodarczego. Podział ten wynika z uwzględnienia najważniejszych czynników, oddziałujących na dynamikę głównych wskaźników makroekonomicznych, przemiany w strukturze własności, rolę państwa w gospodarce. Autorka wyodrębnia następujące etapy:

- (1) od rozpoczęcia transformacji do kryzysu finansowego z 1998 r., kiedy wprowadzone zostały kluczowe reformy, mające na celu stworzenie gospodarki rynkowej, rozpoczęto proces prywatyzacji przedsiębiorstw państwowych (własność przejęli menedżerowie i banki);
- (2) między kryzysem 1998 r. a kryzysem z lat 2008–2009 – rozpoczęty został proces koncentracji i redystrybucji własności, miał miejsce dynamiczny wzrost gospodarczy, nowe władze polityczne przeprowadziły znaczące reformy (własność przejęli oligarchowie i ich grupy kapitałowe);
- (3) między kryzysem z lat 2008–2009 a 2014 rokiem – rozpoczął się etap stagnacji gospodarczej (część własności przejęło państwo);
- (4) od 2014 r. – okres stagnacji gospodarczej, noszącej znamiona kryzysu, w trakcie którego zaistniało szereg czynników, mogących wymusić dalszą ewolucję systemu gospodarczego.

W dalszej kolejności dokonano opisu wyżej wymienionych etapów, ze wskazaniem najważniejszych konsekwencji dla specyfiki systemu gospodarczego Rosji.

3.1. Okres od rozpoczęcia transformacji do kryzysu finansowego z 1998 r.

Proces przemian gospodarczych w Rosji rozpoczął się na przełomie lat 80. i 90. i połączony był z gruntownymi przemianami politycznymi. Za początek rzeczywistej transformacji uznawany jest rok 1992, kiedy rząd J. Gajdara rozpoczął kluczowe procesy: liberalizacji cen, demonopolizacji i komercjalizacji handlu, przejścia do twardej polityki pieniężnej i kredytowej, polegającej m.in. na ograniczeniu wydatków budżetowych, wprowadzenia nowego systemu podatkowego, zmian w zagranicznej polityce ekonomicznej i polityce kursowej, opracowania i rozpoczęcia programu prywatyzacji przedsiębiorstw państwowych (Ясин, 1993, s. 128).

Od 1 stycznia 1992 r. rozpoczęto realizację programu prywatyzacji, który składał się z trzech typów: małej i dużej prywatyzacji oraz prywatyzacji voucherowej (czekowej) (Радыгин, 1998, s. 22). Mała prywatyzacja dotyczyła przedsiębiorstw handlu detalicznego i hurtowego, budowlanych, transportowych i przemysłu spożywczego. Duża prywatyzacja objęła średnie oraz duże przedsiębiorstwa, w przypadku których możliwe było jedynie przekształcenie ich w spółki akcyjne i następnie obrót akcjami na rynku kapitałowym (tzw. korporatyzacja) (*Государственная программа...*, pkt. 2.1, 5.2; Jermakowicz & Pańków, 1995, s. 28, 66, 77). W programie dużej prywatyzacji zaproponowano trzy warianty, które przyznały znaczące przywileje pracownikom i menedżerom w postaci przekazania im nieodpłatnie akcji niegłosujących czy prawa zakupu akcji zwykłych (głosujących). Prywatyzacja voucherowa z kolei miała na celu przekazanie każdemu obywatelowi FR bezpłatnie vouchera prywatyzacyjnego².

W latach 1993–1995 osiągnięto krytyczną masę prywatyzacji. Poddano jej ok. 75 tys. firm (Rosstat, a). Przyjęte w Rosji metody prywatyzacji formalnie przekazywały prawa własności wszystkim obywatelom, ale w rzeczywistości zabezpieczały prawa i oznaczały znaczące przywileje dla tzw. insiderów. Własność państwowa dzięki voucherom została przetransferowana przez zamknięte subskrypcje udziałów w przedsiębiorstwach w ręce kadry zarządzającej i pracowników. Jeszcze w trakcie trwania zasadniczego programu prywatyzacji (lata 1992–1994) oraz po jej zakończeniu miała miejsce pierwsza faza redystrybucji praw własności w rosyjskich firmach. Już około dwóch–trzech lat po zakończeniu programu prywatyzacji voucherowej większość udziałowców mniejszościowych sprzedała swoje udziały menedżerom, co skutkowało stopniową koncentracją struktury własności przedsiębiorstw (Аукуционек, Жуков & Капелюшников, 1998, s. 108). Silna pozycja menedżerów w sprywatyzowanych przedsiębiorstwach i nieobecność inwestorów zagranicznych wynikały również z faktu, że potrafili oni utrzymać korzystne relacje z władzami na szczeblu centralnym i regionalnym (Åslund, 2010, s. 17).

Rosyjska prywatyzacja wyzwoлиła proces tworzenia się sektora prywatnego w gospodarce. W 1994 r. udział prywatnych firm w tworzeniu PKB wyniósł 25%, a w zatrudnieniu 31%. Z kolei udział przedsiębiorstw o mieszanej własności był znacznie wyższy i dotyczył średnich i dużych firm, generujących w 1994 r. 62% PKB i zatrudniających ok. połowy osób pracujących we wszystkich przedsiębiorstwach (EBRD, 1995, p. 30). Jak wskazuje jednak P. J. Boettke (1998, s. 138), w przypadku rosyjskiej prywatyzacji z jednej strony można mówić o tendencjach do przeszacowania jej efektów, z uwagi na fakt, jaki podmiot rzeczywiście podejmował kluczowe decyzje w sprywatyzowanym przedsiębiorstwie (państwo czy prywatny inwestor). Z drugiej strony udział sektora prywatnego był niedoszacowany, ponieważ część prywatnej działalności gospodarczej funkcjonowała poza oficjalnymi statystykami, aby unikać konfiskowania przychodów przez system podatkowy i przedstawicieli władz.

² Jak podaje P. Kozarzewski (2006, s. 113), prywatyzacja masowa w różnych formach wykorzystywana była w większości krajów postkomunistycznych, z wyjątkiem Węgier, Macedonii, Uzbekistanu, Turkmenistanu.

Już w 1993 r. zaczęły powstawać w rosyjskiej gospodarce pierwsze grupy kapitałowe. Inicjatorami ich budowania były m.in. duże banki, które zostały właścicielami części dużych przedsiębiorstw w wyniku tzw. aukcji zastawnych lub w następstwie przejmowania udziałów firm za długi. Pojawiły się wówczas tzw. grupy finansowo-przemysłowe. Do kryzysu z 1998 r. znacząca część rosyjskiego przemysłu znajdowała się w rękach banków (Паппе & Галухина, 2009, s. 91–92).

W pierwszych latach transformacji gospodarczej w Rosji nie udało się osiągnąć stabilizacji makroekonomicznej. Znaczącą rolę odegrały w tym obszarze siły polityczne przeciwne reformom, które oddziaływały na spowolnienie przemian instytucjonalnych i przyjmowania bazy prawnej reform. Ekonomicznych przyczyn braku stabilizacji upatrywać można w niezakończeniu w pierwszych latach procesu liberalizacji handlu, słabym tempie demonopolizacji gospodarki oraz naruszeniach w prowadzeniu zakładanej twardej polityki pieniężnej i kredytowej (Шумейко, 1993, s. 4).

Liberalizacja cen szybko wyzwoliła działania mające na celu ich podwyższenie w wielu sektorach gospodarki. Jak pokazują dane z tabeli 1, w 1991 r. wskaźnik inflacji kształtował się na poziomie 260%, a już w roku następnym był dziesięciokrotnie wyższy. Zauważalny spadek tempa inflacji miał miejsce dopiero w 1994 r.

Tabela 1. Zmiany wybranych podstawowych wielkości makroekonomicznych w Rosji w latach 1991–1997 (w % w stosunku do roku poprzedniego)

	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997
PKB	87,0	81,0	88,0	87,0	96,0	96,4	101,4
Produkcja przemysłowa	b. d.	84,0	86,3	78,4	95,4	92,4	101,0
Inflacja (na koniec roku)	260,4	2608,8	939,9	315,1	231,3	121,8	111,0
Inwestycje w kapitał podstawowy	85,1	60,3	88,3	75,7	89,9	81,9	95,0
Deficyt budżetowy (w % PKB)	-31,0	-18,8	-7,6	-10,1	-4,9	-9,1	-8,6

Źródło: opracowanie własne na podstawie (Rosstat, a).

Przeprowadzone reformy w krótkim czasie wyzwoliły również inne negatywne tendencje w rosyjskiej gospodarce, w tym: spadek produkcji przemysłowej oraz PKB (najpoważniejszy spadek w latach 1991–1993), spadek aktywności inwestycyjnej i pogorszenie finansowej dyscypliny przedsiębiorstw, niski kurs rubla wobec walut tzw. twardych i jego dalsza deprecjacja w drugiej połowie 1993 r., pogorszenie sytuacji w bilansie płatniczym (Куранов, 1993, s. 28).

3.2. Okres między kryzysem 1998 r. a kryzysem z lat 2008–2009

Przełomowym etapem w rozwoju rosyjskiej gospodarki był kryzys finansowy, mający miejsce w sierpniu 1998 r. Jego główne przyczyny wynikały z prowadzonej przez władze w latach 1994–1997 ekspansywnej polityki budżetowej oraz polityki kursowej. Istota trudności i prowadzonej polityki budżetowej polegała na stałym przewyższaniu przez wydatki budżetowe, konstrukcja których pochodziła jeszcze z czasów gospodarki centralnie planowanej, dochodów i środków, jakie

mogły być wykorzystywane do finansowania deficytu budżetowego (May, 2012, s. 11–15). W połowie lat 90. rząd rosyjski odszedł od finansowania deficytu budżetowego kredytami uzyskiwanymi od banku centralnego, skupiając się na pokrywaniu go papierami wartościowymi, głównie typu krótkoterminowych obligacji państwowych GKO.

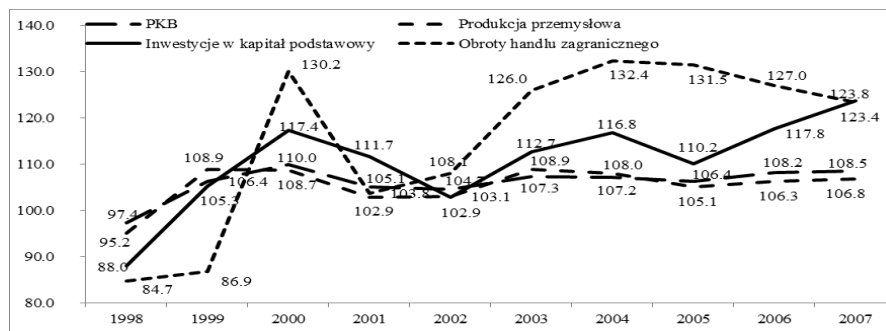
Brak konsekwencji w reformowaniu wydatkowej części budżetu z jednej strony i „miękką” polityka fiskalna z drugiej prowadziły do narastania długu państwowego, co nasilała zależność gospodarki od koniunktury na światowych rynkach surowcowych i finansowych. W 1997 r. wewnętrzne zadłużenie państwa wzrosło w porównaniu z rokiem poprzednim około dwukrotnie (z poziomu 190 do ponad 365 mld dolarów) (ИЭПП, 1999, s. 14–26). W połowie 1998 r. gospodarka rosyjska znalazła się w najtrudniejszej od początku okresu transformacji sytuacji finansowej, na którą złożyły się wysokie zadłużenie wewnętrzne i zagraniczne, polityczna niestabilność oraz silny nacisk na rezerwy walutowe.

Kulminacją rosyjskiego kryzysu były postanowienia przyjęte przez Rząd FR i Centralny Bank Rosji 17 września 1998 r. W ich skład wchodziły trzy punkty (Илларионов, 1998, s. 5):

- (1) rozszerzenie granic korytarza walutowego;
- (2) zawieszenie obsługi państwowych krótkoterminowych obligacji GKO łącznie z zaprzestaniem handlu nimi i następnie ich restrukturyzacja;
- (3) ogłoszenie 90-dniowego moratorium na obsługę zagranicznych długów przez rosyjskie prywatne przedsiębiorstwa i banki.

Kryzys spowodował znaczący spadek zaufania inwestorów do rządu, banku centralnego i Ministerstwa Finansów, co oznaczało utratę możliwości zdobywania środków oraz odpływ kapitału za granicę i konieczność przejścia do inflacyjnego finansowania deficytu (ИЭПП, 1999, s. 45–47). Wydarzenia z drugiej połowy 1998 r. oznaczały negatywne zmiany dla sektora bankowego w Rosji. Upadło wiele małych banków oraz banków będących centralnymi podmiotami grup finansowo-przemysłowych. Najważniejszym efektem kryzysu dla rosyjskich grup kapitałowych było przejście od dominacji w nich sektora bankowego do dominacji sektora realnego. Upadek banków i przedsiębiorstw oraz przyjęte regulacje prawne wyzwołyły proces koncentracji i redystrybucji własności w rosyjskim przemyśle.

Już w 1999 r. pojawiły się w Rosji oznaki ożywienia gospodarczego, a lata 2000–2007 charakteryzowały się dynamicznym wzrostem gospodarki, rosnącymi inwestycjami i produkcją przemysłową (Wykres 1). Wzrost PKB od 2003 r. kształtował się na poziomie powyżej 6%, a od 2006 r. powyżej 8%, co uczyniło z Rosji jedną z najdynamiczniej rozwijających się gospodarek. Szybko wzrastała produkcja przemysłowa. Wyższą dynamiką odznaczały się inwestycje – od 5,3% w 2000 r. do 23,8% w 2007 r.



Wykres 1. Dynamika wybranych wielkości makroekonomicznych w Rosji w latach 1998–2007 (w % w stosunku do roku poprzedniego)

Źródło: opracowanie własne na podstawie (Rosstat, a).

Stabilny wzrost gospodarczy, stabilność finansowa i budżetowa możliwe były do osiągnięcia (poza dewaluacją rubla) głównie dzięki wysokim cenom ropy naftowej i innych towarów dominujących w eksporcie Rosji. Sektor naftowy i gazowy odegrał kluczową rolę w kształtowaniu dochodów budżetowych, bilansu handlowego kraju i w największym stopniu przyczynił się do korzystnej sytuacji gospodarki Rosji.

Pierwsze lata po kryzysie z 1998 r. były okresem wzmacniania roli państwa w rosyjskiej gospodarce. Podczas gdy w latach 90. wynikała ona z naturalnej logiki tworzenia gospodarki rynkowej na drodze wprowadzanych reform, uległa nasileniu wraz z objęciem funkcji prezydenta FR przez Putina. Już w 2000 r. przedstawił on całościową „Strategię społeczno-ekonomicznego rozwoju do 2010 r.”, która opierała się na trzech podstawowych założeniach: państwo miało być głównym podmiotem koordynacji gospodarki i procesu inwestycyjnego, podstawą wzrostu miały być stymulowanie działalności gospodarczej oraz aktywna polityka państwa, niezbędne było ograniczenie relacji budżetu państwa do PKB (ИЭПП, 2001, s. 11–12). Wdrożono instytucjonalne i strukturalne reformy (gospodarcze i polityczne), które z jednej strony przyczyniły się do dalszego rozwoju i umacniania się gospodarki rynkowej w Rosji, z drugiej jednak zwiększyły oddziaływanie i kontrolę państwa nad nią. Wynikało to m.in. z formalnego i faktycznego rozszerzenia własności państwowej, wzrostu dochodów i wydatków budżetowych oraz roli państwa jako jednego z głównych źródeł popytu w gospodarce (May & Ясин, 2012, s. 17–18).

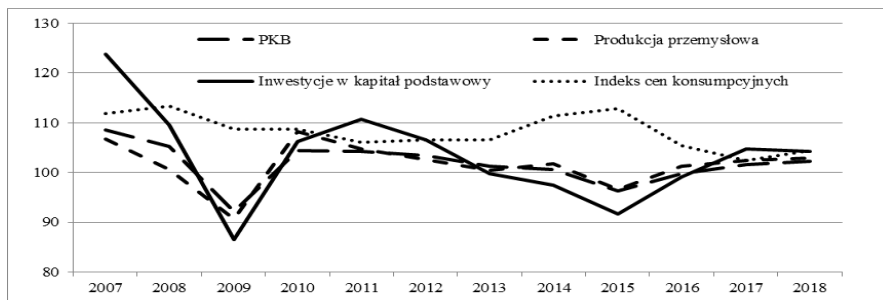
Analizowany okres był ponadto czasem ekspansji grup kapitałowych. Było to możliwe dzięki dynamicznemu wzrostowi transakcji na rynku kontroli korporacyjnej (fuzji i przejęć) oraz zmianom w regulacjach prawnych dotyczących mechanizmu bankructwa (co znacząco ułatwiło przejmowanie przedsiębiorstw przemysłowych przez rozwijające się grupy kapitałowe). Znaczenie miało też to, że proces koncentracji i redystrybucji własności uzyskał wsparcie ze strony państwa i jego urzędników, którzy pomagali sprzyjającym aparatowi władzy biznesmenom (oligarchom) w powiększaniu zasięgu działalności będących ich własnością grup kapitałowych.

3.3. Okres między kryzysem z lat 2008–2009 a 2014 r.

Wśród przyczyn kryzysu, który dotknął gospodarkę Rosji w 2008 r., należy wymienić te zewnętrzne – specyficzne problemy gospodarki USA, systemowe – fundamentalne problemy współczesnego rozwoju gospodarczego krajów oraz specyficzne rosyjskie okoliczności (May, 2010, s. 86–89). Do przyczyn wewnętrznych należy zaliczyć bardzo wysoki wzrost indeksów giełdowych przed wybuchem kryzysu, przy relatywnie niskim poziomie rozwoju rynku kapitałowego, nieefektywność struktury gospodarki i eksportu, która powodowała wysoką zależność bilansu płatniczego od cykliczności na rynkach międzynarodowych, oraz szybki wzrost zewnętrznego zadłużenia korporacji rosyjskich.

Kryzys w Rosji rozwijał się w trzech fazach (Белоусов, 2010, s. 27–29). W fazie pierwszej, przedkryzysowej, zmniejszyły się inwestycje, nastąpił masowy odpływ kapitału zagranicznego. W drugiej fazie głównym impulsem pogłębienia kryzysu stała się adaptacja rosyjskiej gospodarki do spadku koniunktury międzynarodowej. Odpływ kapitału z Rosji (we wrześniu i październiku ok. 84,3 mld dolarów) szybko wpłynął na pogorszenie sytuacji w bilansie płatniczym i systemie bankowym. Trzecia faza kryzysu rozpoczęła się w listopadzie 2008 r., kiedy skierowano do przeciwdziałania mu środki polityki monetarnej. Podwyższono stopę procentową, co skutkowało ograniczeniem akcji kredytowej rosyjskich banków, zwłaszcza wobec kredytów krótkoterminowych. Połączenie wszystkich negatywnych czynników, w tym spadku dochodów firm z sektora surowcowego, zmniejszenie wewnętrznego popytu inwestycyjnego, zaostrzenie polityki kredytowej banków, skutkowało znaczącym pogorszeniem sytuacji finansowej przedsiębiorstw.

Rosja należała do grupy krajów, które zostały dotknięte kryzysem w relatywnie najwyższym stopniu (Кудрин & Сергиенко, 2011, s. 4). Podczas gdy w 2009 r. światowy PKB zmniejszył się o ok. 0,6% w porównaniu z rokiem wcześniejszym, rosyjski PKB zmniejszył się aż o 7,8% (Wykres 2). Największy spadek dotyczył obrotów handlu zagranicznego – w 2009 r. zmniejszyły się w porównaniu z rokiem poprzednim o ok. 35%.



Wykres 2. Dynamika wybranych podstawowych wielkości makroekonomicznych w Rosji w latach 2008–2018 (w % w stosunku do roku poprzedniego)

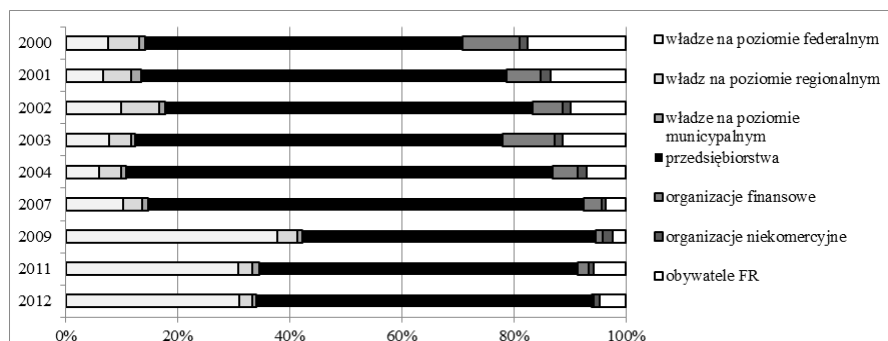
Źródło: opracowanie własne na podstawie (Rosstat, a).

Kryzys lat 2008–2009 po raz kolejny stworzył możliwości zmiany roli państwa w gospodarce. Rosja uniknęła „antykryzysowej” nacjonalizacji gospodarki w wąskim znaczeniu tego pojęcia – państwo nie przejmowało bezpośrednio udziałów w prywatnych spółkach. W szerokim jednak rozumieniu aktywność gospodarcza podmiotów z udziałem państwa we własności wzrosła. Badania (m.in. Rosstat) wskazały na wzrost udziału sektora państwowego w wybranych ogólnych wskaźnikach, dotyczących sektora realnego, np. produkcji i rozdziale energii elektrycznej, gazu i wody, w usługach łącznościowych, inwestycjach w kapitał podstawowy. Udział państwa w gospodarce wzrósł w rezultacie działalności firm o mieszanej strukturze własności na rynku kontroli korporacji. Dzięki uczestnictwu tych firm w pokryzysowych fuzjach i przejściach postępował proces zwiększania rozmiarów i rozszerzania zakresu działalności grup kapitałowych z udziałem państwa.

Ponadto kryzys spowodował, że rząd wsparł finansowo duże państwowe spółki i banki, co pośrednio wywołało rozszerzenie rosyjskiego sektora państwowego i skutkowało wzrostem jego siły ekonomicznej. Rosnącą rolę państwa na poziomie federalnym, regionalnym i municypalnym po 2008 r. potwierdzają również częściowo dane Rosstat, zgodnie z którymi udział państwa w strukturze kapitału założycielskiego rosyjskich podmiotów znacząco wzrósł w 2009 r. (do ponad 40%), a w latach 2011–2012 utrzymywał się na poziomie ponad 30% (Wykres 3).

3.4. Okres od 2014 r.

Okres od 2014 r. odznacza się w przypadku gospodarki Rosji wspólnym występowaniem określonych problemów, skutkujących pogorszeniem kluczowych wskaźników makroekonomicznych i noszących znamiona kryzysu gospodarczego. Już od 2013 r. obserwowana była stagnacja ekonomiczna, która przejawiała się bardzo niewielki przyrostem PKB, produkcji przemysłowej czy inwestycji (Wykres 2). Z kolei lata 2015 i 2016 przyniosły spadek PKB i produkcji przemysłowej.



Wykres 3. Struktura kapitału założycielskiego podmiotów gospodarczych w Rosji wg udziałowców w latach 2000–2012 (w %)

Źródło: opracowanie własne na podstawie (Rosstat, b).

Kryzys, jaki rozpoczął się w Rosji w 2014 r., według badaczy miał trzy komponenty: strukturalny, koniunkturalny i zewnętrzny (Улюкаев & Май, 2015, s. 7–8). Za podstawowy czynnik, przesądzający o obecnej sytuacji gospodarczej kraju, należy uznać wyczerpanie się dotychczasowego modelu wzrostu gospodarczego, którego podstawą było zwiększanie popytu przy niewykorzystanych mocach wytwórczych i długotrwałym wroście cen na główne produkty eksportowe oraz wynikający z tego kryzys strukturalny (ИЭП, 2016, s. 17–18). Wynika on z faktu, że wystąpił przy danym poziomie technologii i aktywności przedsiębiorców, pełnej efektywności i bezrobociu bliskim naturalnego. Osłabienie aktywności inwestycyjnej rozpoczęło się już na początku obecnej dekady, jego wpływ na sytuację gospodarczą został spotęgowany przez czynniki zewnętrzne. Po drugie kryzys jest efektem danej fazy cyklu koniunkturalnego i wynika ze spadku tempa inwestycji w kapitał podstawowy w poprzednich latach, obniżenia tempa wzrostu kredytów bankowych udzielanych przedsiębiorstwom, spadku popytu konsumpcyjnego (Акиндинова & Ясин, 2015, s. 14). Do pogarszającej się sytuacji gospodarczej w Rosji należy dołączyć kryzys walutowy, którego kulminacyjna faza przypadła na grudzień 2014 r. Kluczowe zewnętrzne czynniki trudnej sytuacji gospodarczej Rosji to spadek cen ropy naftowej oraz sankcje ekonomiczne i finansowe, nałożone przez USA i Unię Europejską w 2014 r.

Lata 2017 i 2018 przyniosły nieznaczny wzrost PKB i odsunięcie perspektywy załamania gospodarczego. Dlatego aktualna sytuacja ekonomiczna i względna stabilność gospodarki Rosji nie skłaniają władz politycznych do gruntownych reform, które docelowo uwolniłyby kraj od zależności od cen surowców na rynkach międzynarodowych (Åslund, 2017, s. 30–31). Dodatkowo mało prawdopodobna jest znacząca poprawa klimatu inwestycyjnego, która wynikałaby z ograniczenia udziału państwa w gospodarce czy poprawy standardów w zakresie ochrony praw własności (OSW, 2018, s. 29–31).

Przeprowadzona powyżej analiza pozwala na wskazanie głównych cech systemu gospodarczego Rosji, jakie wykształciły się na przestrzeni ostatnich dwudziestu kilku lat. Jest to po pierwsze bardzo znacząca rola państwa w gospodarce, która wynika z udziału własności państwowej w przedsiębiorstwach, w sposób bezpośredni i pośredni (poprzez inne firmy, które są własnością państwa³). Państwo jest ponadto właścicielem największych grup kapitałowych (w tym na kilku kolejnych poziomach w strukturze własności). System gospodarczy w Rosji jest więc niekiedy określany jako tzw. kapitalizm państwowy. Z kolei fakt dominacji wielkich grup kapitałowych w części sektorów gospodarki skutkuje określeniem systemu gospodarczego Rosji jako tzw. kapitalizmu oligarchicznego⁴.

Państwo występuje w rosyjskiej gospodarce w kilku istotnych rolach. Jest znaczącym (a w niektórych sektorach dominującym) właścicielem, nadrzędnym regulatorem, a ponadto uczestnikiem rynkowych mechanizmów nadzoru korporacyjnego, jak rynek kapitałowy czy rynek kontroli korporacyjnej. Należy dodać, że ta cecha systemu gospodarczego jest wzmocniana niską dywersyfikacją rosyjskie-

³ Nie jest to wówczas wykazywane w oficjalnych statystykach.

⁴ Jasiński wskazuje ponadto, że wariant kapitalizmu wykształcony w Rosji i innych krajach Europy Wschodniej można zdefiniować jako tzw. kapitalizm wschodnioeuropejski (2014, s. 51).

go przemysłu i eksportu, w których dominuje sektor wydobywania i przetwórstwa surowców naturalnych o rentowności silnie zależnej od cen na rynkach międzynarodowych.

Ważną cechą analizowanego systemu gospodarczego to znacząca rola instytucji nieformalnych, w tym niski poziom przestrzegania praw własności, wysoka skłonność do korupcji czy silne relacje między przedstawicielami władzy a przedsiębiorcami (Fiedorczyk, 2016). Dodatkowo jest to powiązane z niską jakością instytucji i modelu zarządzania rosyjską gospodarką.

4. Podsumowanie. Perspektywy zmian systemu gospodarczego Rosji

Aktualna sytuacja gospodarcza Rosji skłania do pytania o możliwe perspektywy zmian w systemie gospodarczym tego kraju. Z jednej strony dostrzec można przesłanki, które mogą świadczyć o możliwościach zmian. Wynikają one po części z naturalnej logiki ewolucji systemów gospodarczych krajów, które przeszły lub przechodzą transformację gospodarczą oraz które są w trakcie kryzysu czy stagnacji. Dodatkowo docelowo założyć można nietrwałość modelu wzrostu gospodarczego opartego o czynniki ekstensywne, jaki funkcjonuje w Rosji. Czynnikiem mogącym wywołać przemiany systemu gospodarczego jest nowa polityka prywatyzacyjna, prowadzona aktualnie w Rosji w związku z trudną sytuacją gospodarczą i koniecznością poszukiwania nowych źródeł dochodów budżetowych.

Wyraźne są jednak także przesłanki świadczące o braku możliwości znaczących zmian w systemie gospodarczym Rosji w najbliższych latach. Ważną przeszkodą jest jakość instytucji i modelu zarządzania gospodarką. Wskazać należy kilka cech tego modelu (Domańska, 2017, s. 5–20):

- (1) dysfunkcyjność zarządzania sferą ekonomiczną, podporządkowanego partykularnym interesom władzy;
- (2) maskowanie problemów strukturalnych dzięki stałemu wzrostowi wydatków budżetowych oraz odchodzenie od racjonalnego rachunku ekonomicznego;
- (3) brak woli politycznej, by zmienić model zarządzania i wesprzeć realnymi kompetencjami decyzyjnymi zwolenników reform;
- (4) brak dialogu między władzami a środowiskiem ekspertów i zwolenników reform w kwestii poszukiwania skutecznych sposobów modernizacji gospodarki.

Badacze podkreślają nieefektywność zarządzania gospodarką przez władze, która przejawia się w chęci rozwiązywania jedynie bieżących problemów i to w sposób oznaczający straty w perspektywie długookresowej. Dotychczasowy model zarządzania państwem zaowocował wyczerpaniem się wewnętrznych źródeł długofalowego wzrostu (Николаев, 2015). Kluczowe jest ponadto pytanie, jak, kiedy i czy w ogóle Rosja będzie w stanie przezwyciężyć ograniczenia natury instytucjonalnej, jak jakość systemu sądownictwa, niski poziom ochrony praw

inwestorów, korupcja, monopolizacja gospodarki, nieefektywność struktur państwowych. Głównie zadania na przyszłość dla Rosji to reformy strukturalne, w tym m.in.: zmiana struktury i systemu zarządzania państwem, zmiana zasad polityki budżetowej, obniżenie kosztów w gospodarce, nowe zasady wsparcia dla przedsiębiorstw, poprawa warunków prowadzenia działalności gospodarczej, poprawa efektywności wsparcia dla eksportu, nowe zasady współpracy z zagranicznymi inwestorami (Улюкаев & May, 2015, s. 15–17).

Bibliografia

- Åslund, A. (2010). *Jak budowano kapitalizm. Transformacja Europy Środkowej i Wschodniej, Rosji i Azji Środkowej*. Warszawa: Książka i Wiedza.
- Åslund, A. (2017). *Russia's crony capitalism: Stagnant but Stable*. mBank – CASE Seminar Proceedings, No. 148.
- Balcerowicz, L. (1993). *Systemy gospodarcze. Elementy analizy porównawczej*. Warszawa: Szkoła Główna Handlowa w Warszawie.
- Boettke, P. J. (1998). Promises made and promises broken in the Russian transition. *Constitutional Political Economy*, 9(2), 133–142.
- Bossak, J. W. (2006). *Systemy gospodarcze a globalna konkurencja*. Warszawa: Szkoła Główna Handlowa w Warszawie.
- Domańska, M. (2017). Kryzys w Rosji. Degradacja modelu zarządzania gospodarką. *Prace OSW*, Nr 61. https://www.osw.waw.pl/sites/default/files/prace_61_pl_kryzys-w-rozji_net.pdf
- EBRD (European Bank for Reconstruction and Development) (1995). *Transition Report 1995. Investment and Enterprise Development*. <http://www.ebrd.com/downloads/research/transition/tr95.pdf>
- Fiedorczyk, M. (2016). Informal institutions in the corporate governance system in Russia. *Annales. Ethics in Economic Life*, 19(4), 101–111. doi: <http://dx.doi.org/10.18778/1899-2226.19.4.07>
- Hall, P. A., & Soskice, D. (2001). An introduction to varieties of capitalism. W: P. A. Hall & D. Soskice (eds.), *Varieties of capitalism: The institutional foundations of comparative advantage*. Oxford University Press.
- Jasiecki, K. (2014). Polska transformacja w perspektywie różnorodności kapitalizmu. *Przegląd Socjologiczny*, 63, 45–66.
- Jermakowicz, W., & Pańków J. (1995). *Prywatyzacja w Federacji Rosyjskiej*. Warszawa: Centrum Analiz Społeczno-Ekonomicznych CASE, Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Kowalik, T. (2005). *Systemy gospodarcze. Efekty i defekty reform i zmian ustrojowych*. Warszawa: Fundacja Innowacja.

- Kozarzewski, P. (2006). *Prywatyzacja w krajach postkomunistycznych*. Warszawa: Instytut Studiów Politycznych PAN.
- Putin po raz czwarty. Stan i perspektywy Rosji (2018–2024)*. (2018). Warszawa: Ośrodek Studiów Wschodnich. https://www.osw.waw.pl/sites/default/files/raport_pl_putin_net.pdf
- Rosstat (a) Официальная статистика. http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/accounts/
- Rosstat (b) Промышленность России 2002–2014. http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1139918730234
- Swadźba, S. (ed.) (2009). *Systemy gospodarcze. Zagadnienia teoretyczne*. Katowice: Akademia Ekonomiczna w Katowicach.
- Акиндинова, Н., & Ясин, Е. (2015). Новый этап развития экономики в постсоветской России. *Вопросы экономики*, 5, 5–27.
- Аукуционец, С., Жуков, В., & Капелюшников, Р. (1998). Доминирующие категории собственников и их влияние на хозяйственное поведение предприятий. *Вопросы экономики*, 12, 108–127.
- Белоусов, Д. Р. (2010). О развитии кризиса российской экономики в 2008–2009 гг. *Проблемы прогнозирования*, 1, 21–39.
- Государственная программа приватизации государственных и муниципальных предприятий Российской Федерации на 1992 год, pkt. 5.2. <http://www.kommersant.ru/doc/5301>
- Илларионов, А. (1998). Как был организован российский финансовый кризис (часть 1). *Вопросы экономики*, 11, 20–35.
- ИЭП (Институт экономической политики имени Е.Т. Гайдара) (2016). *Российская экономика в 2015 году тенденции и перспективы* (Выпуск 37). Москва.
- ИЭПП (Институт экономики переходного периода) (1999). *Российская экономика в 1998 году тенденции и перспективы* (Выпуск 20). Москва.
- ИЭПП (Институт экономики переходного периода) (2001). *Российская экономика в 2000 году. Тенденции и перспективы* (Выпуск 22). Москва.
- ИЭПП (Институт экономики переходного периода) (2010). *Российская экономика в 2009 году. Тенденции и перспективы* (Выпуск 31). Москва.
- Кудрин, А., & Сергиенко, О. (2011). Последствия кризиса и перспективы социально-экономического развития России. *Вопросы экономики*, 3, 4–19.
- Куранов, Г. (1993). Итоги первого года реформ и предложения по стабилизации экономики. *Вопросы экономики*, 3, 28–40.

- Мау, В. (2010). Драма 2008 г.: от „экономического чуда” к экономическому кризису. W: *Экономика переходного периода. Сборник избранных работ 2003–2009*. Москва: ИЭПП.
- Мау, В. (2012). От перестройки к радикальным реформам: к двадцатилетию начала посткоммунистических преобразований. *Экономическая политика, 1*, 5–20.
- Мау, В. А., & Ясин, Е. Г. (2012). Двадцать лет рыночных реформ и новая модель экономического роста, Доклад НИУ ВШЭ XIII Апрельской международной научной конференции по проблемам развития экономики и общества. Москва. <http://www.hse.ru/data/2012/04/01/1265143363/mau.pdf>
- Николаев, И. А. (2015). Структурный экономический кризис — проявление политических ограничителей модернизации. *Журнал новой экономической ассоциации, 4(28)*, 176–182.
- Паппе, Я. Ш., & Галухина, Я. С. (2009). Российский крупный бизнес – первые 15 лет. Экономические хроники 1993–2008. Москва: Издательский Дом ГУ-ВШЭ.
- Радыгин, А. Д. (1998). Российская приватизация: национальная трагедия или институциональная база постсоветских реформ? *Мир России, 3*, 3–32.
- Улюкаев, А., & Мау, В. (2015). От экономического кризиса к экономическому росту, или Как не дать кризису превратиться в стагнацию. *Вопросы экономики, 4*, 5–19.
- Шумейко, В. (1993). Итоги социально-экономического развития Российской Федерации в 1992 г. и программа действий правительства в 1993 г. *Вопросы экономики, 4*, 4–18.
- Яковлев, А. А. (2003). Корпоративное управление и реструктуризация предприятий в России: формальные институты и неформальные интересы собственников. *Экономический журнал Высшей школы экономики, 2*, 221–230.
- Ясин, Е. (1993). Судьба экономической реформы в России. *Вопросы экономики, 2*, 124–135.

Editorial Guidelines for Authors

The Editorial Board of the *Annales. Ethics in Economic Life* recommends preparing papers according to the Publication Manual of the American Psychological Association (APA), 6th edition.

Some of the most important of them are presented below:

1. **Papers** are typically between **12 to 20 pages**, which is approximately 20 000–40 000 characters (with spaces).
2. **The abstract** for a paper should be included presenting the thesis/hypothesis, the research methods and the main conclusions.

The **keywords** (up to 5) and Journal of Economic Literature (JEL) classification codes should be also included in the text.

3. All papers should be written according to the format:
30 lines per page,
Times New Roman font, 12 pt
1.5 line spacing (footnotes 10 pt, single line spacing),
all margins at 2.5 cm
4. Papers should be submitted *via* email to the address:
annaes@uni.lodz.pl.

Papers should be in *doc*, *docx* or *rtf* format.

5. The paper should be divided into sections numbered with Arabic numerals.
6. Footnotes should be numbered with Arabic numerals. Footnote numbers should be in superscript, without parenthesis or dots.
7. A reference to **an article**:

Author, A. A., Author, B. B., & Author, C. C. (year). Title of article.
Title of Periodical, xx(yy), pp–pp.

Please, include a DOI (Digital Object Identifier) if the journal lists one.

A reference to **a book**:

Author, A. A. (year). *Title of work*. Location: Publisher.
 Author, A. A. (year). *Title of work* (T. T. Translator, Trans.).
 Location: Publisher.
 Author, A. A. (year). *Title of work*. Retrieved from
<http://www.xxxxxxx>
 Author, A. A. (year). *Title of work*. doi:xxxxx
 Editor, A. A. (Ed.). (year). *Title of work*. Location: Publisher.

A reference to **a book chapter**:

Author, A. A., & Author, B. B. (year). Title of chapter. In A. Editor,
 B. Editor, & C. Editor (Eds.), *Title of book* (pp. xxx–xxx). Location:
 Publisher.

An **electronic version of a book**:

Author, A. A. (year). *Title of work* [format of a book, i.e. Adobe
 Digital Editions version, Kindle version, etc].
 doi:xx.xxxx/xxxxxxxxxxxxx
 Author, A. A. (year). Title of work. In A. Editor (Ed. & Trans.),
Title of work (Vol. xx, pp–pp). Retrieved from
<http://books.google.com/books> (Original work published 1956)

14. All terms or quotations from Latin or other foreign languages should be written in italics.
15. **All graphs, tables and figures should be submitted in separate files** and marked with a proper number and reference to the text.

The journal is printed in greyscale, thus all the graphical objects should be prepared in the greyscale as well (with a proper contrast and textures).
16. **A list of references in alphabetical order should be added at the end of the paper.**

We kindly ask you to respect the guidelines, since it is a precondition of forwarding an article for the reviewing procedure.

Wskazówki dla autorów

Redakcja *Annales. Etyka w życiu Gospodarczym* zwraca się o przygotowywanie wszystkich nadsyłanych artykułów zgodnie z zasadami przedstawionymi w *Publication Manual of the American Psychological Association* (APA), wyd. 6.

Najistotniejsze wskazówki są następujące:

1. **Objętość** nadsyłanych artykułów wynosi zwykle **od 12 do 20 stron** (około 20 000–40 000 znaków ze spacjami).
2. Do tekstów w języku polskim należy dołączyć **abstract w języku angielskim** wraz ze **słowaami kluczowymi** (nie więcej niż 5) i **kodami** stosowanymi w “Journal of Economic Literature” (JEL).

Abstrakt powinien zawierać **główną tezę/hipotezę, wskazanie metod badawczych oraz najważniejsze wnioski z przeprowadzonych badań.**

3. Składane teksty należy formatować wedle schematu:
 - ok. 30 linii na stronę,
 - czcionka Times New Roman, rozmiar 12 pt
 - interlinia 1.5 wiersza (w przypisach 10 pt, pojedyncza interlinia),
 - marginesy po 2,5 cm z każdej ze stron
4. Teksty należy nadsyłać na adres **annaes@uni.lodz.pl**.
Prosimy o nadsyłanie tekstów w formatach *doc*, *docx* lub *rtf*.
5. Prosimy o dzielenie tekstu śródtytułami (z arabską numeracją od lewego marginesu).
6. Odwołania do literatury powinny być zamieszczane w tekście głównym, w nawiasach, wg formatu: (Autor, rok wydania, s. numer strony).
7. Przypisy numerujemy w sposób ciągły. Numery przypisów należy umieszczać we frakcji górnej, bez nawiasów lub kropek.
8. Odwołanie bibliograficzne do **artykułu**:
Autor, A. A., Autor, B. B., & Autor, C. C. (rok). Tytuł artykułu.
Nazwa periodyku, xx(yy), ss–ss.

Przy korzystaniu z wersji elektronicznych prosimy dodawać numery DOI (Digital Object Identifier).

Odwołanie bibliograficzne do książki:

Autor, A. A. (rok). *Tytuł pracy*. Miejsce wydania: Wydawnictwo.

Autor, A. A. (rok). *Tytuł pracy* (T. T. Tłumacz, tłum.). Miejsce wydania: Wydawnictwo.

Autor, A. A. (rok). *Tytuł pracy*. <http://www.xxxxxxx>

Autor, A. A. (rok). *Tytuł pracy*. doi:xxxxx

Redaktor, A. A. (red.). (rok). *Tytuł pracy*. Miejsce wydania: Wydawnictwo.

Odwołanie bibliograficzne do rozdziału książki:

Autor, A. A., & Autor, B. B. (rok). Tytuł rozdziału.

W: A. A. Redaktor, B. B. Redaktor, & C. C. Redaktor (red.), *Tytuł książki* (ss. xxx–xxx). Miejsce wydania: Wydawnictwo.

Odwołanie bibliograficzne do wersji elektronicznej książki:

Autor, A. A. (rok). *Tytuł książki* [format, n.p. Adobe Digital Editions version, Kindle version, etc]. doi:xx.xxxx/xxxxxxxxxxxx

Autor, A. A. (rok). Tytuł książki. W: A. A. Redaktor (red. & tłum.), *Tytuł książki* (Vol. xx, ss–ss). <http://books.google.com/books> (praca opublikowana po raz pierwszy w 1956 r.)

17. Określenia i cytaty w językach obcych (niezależnie od języka) należy pisać kursywą.
18. **Wszystkie wykresy, rysunki i tabele prosimy przesyłać w osobnych plikach** zaznaczając w tekście miejsce ich wstawienia. **Czasopismo jest drukowane w odcieniach szarości**, co należy uwzględnić przygotowując wszystkie wskazane elementy graficzne (odpowiedni kontrast i zróżnicowanie odcieni/tekstur).
19. Do artykułu prosimy **dołączyć zestawienie wszystkich publikacji i źródeł przywoływanych w tekście (bibliografię)**.

Uprzejmie prosimy o przestrzeganie w/w wskazówek dla autorów, gdyż jest to warunkiem skierowania artykułu do recenzji i druku.

Procedure for reviewing

To ensure honest and unbiased assessment of papers submitted to the Editorial Board of the 'Annales. Ethics in Economic Life' / 'Annales. Etyka w życiu gospodarczym', they are evaluated according to the review procedure recommended by the Ministry of Science and Higher Education in Poland.

All the papers are assessed by two independent reviewers who are not affiliated with the research centres of the authors. The evaluation is carried out in accordance with the procedure of double anonymity of the reviewer and the author of the article (double-blind review process). In cases of papers written in a foreign language, at least one of the reviewers is affiliated to a research centre located in a country other than that from which the author comes.

The reviews are provided in writing. The reviewer concludes categorically whether an article is ready for publishing, ought to be corrected or should be rejected. On the basis of the reviews the Editorial Board takes a decision to publish, reject or send the paper back to the author to make necessary corrections.

The authors can reply to the reviews. These replies are considered by the Editorial Board.

The review form can be downloaded form:
www.annaesonline.uni.lodz.pl/pliki/review_form.pdf.

Procedura recenzji

W celu zapewnienia miarodajnej i rzetelnej oceny tekstów składanych do publikacji w czasopiśmie „Annales. Etyka w życiu gospodarczym” teksty te podlegają recenzji.

Do oceny każdego z artykułów redakcja powołuje dwóch niezależnych recenzentów spoza macierzystej jednostki autora z zachowaniem procedury podwójnej anonimowości (ang. *double-blind review process*). W przypadku artykułów w języku obcym co najmniej jeden z recenzentów jest afiliowany w instytucji naukowej mającej siedzibę w innym państwie niż kraj pochodzenia autora publikacji.

Recenzje mają formę pisemną i zawierają jednoznaczny wniosek recenzenta dotyczący dopuszczenia artykułu do publikacji lub jego odrzucenia. Na podstawie uzyskanych ocen Redakcja podejmuje decyzję o odrzuceniu, przyjęciu albo odesłaniu publikacji do Autora w celu naniesienia poprawek.

Autorzy mają możliwość udzielenia odpowiedzi na recenzje. Odpowiedzi te przyjmuje i rozpatruje Redakcja.

Formularz recenzji można pobrać ze strony:
www.annaesonline.uni.lodz.pl/pliki/recenzja_wzor.pdf.

