

Danuta Walczak-Duraj

MECHANIZMY REGULACJI ZACHOWAŃ ETYCZNYCH W BIZNESIE

1. WSTĘP

Kiedy mówimy o etycznym wymiarze działalności gospodarczej w systemie rynkowym mamy na myśli trzy możliwe, podstawowe wymiary tej analizy:

a) wymiar jednostkowy, odnoszący się do określonych standardów moralnych, zasad etycznego postępowania **uznawanych i realizowanych** przez menedżerów oraz pracowników wykonawczych danego przedsiębiorstwa;

b) wymiar grupowy, odnoszący się przede wszystkim do sposobów zorganizowania pracy zespołowej i wzajemnych relacji między pracownikami określonego podmiotu gospodarczego (styl zarządzania firmą, rozwiązania dotyczące systemów płacowych, systemów motywacyjnych itp.);

c) wymiar społeczny, dotyczący wzajemnych relacji między przedsiębiorstwami a innymi partnerami gry ekonomicznej, otoczeniem społecznym w postaci grup konsumenckich, lobby środowiskowych itp.

W odniesieniu do tych trzech wymiarów: jednostkowego, mikrospołecznego i makrospołecznego, możemy zarazem wskazać na różne sposoby czy procedury regulacji zachowań etycznych w działalności gospodarczej.

2. MECHANIZM SOCJALIZACYJNY

Najbardziej złożony i zarazem najbardziej rozciągnięty w czasie jest ten typ regulacji, który odwołuje się do procesu **socjalizacyjnego**, potwierdzającego tezę D. Hume'a, iż wrażliwości etycznej jednostek nie można wyprowadzać z rozumu czy też za jego pomocą uzasadniać konieczność określonych zachowań etycznych.

Socjalizacja jednostki, a zwłaszcza jej szczególny przypadek – wychowanie – stanowią zasadniczy punkt odniesienia we wszelkich rozważaniach dotyczących nie tylko możliwości realizacji standardów etycznych w działalności

gospodarczej, ale również wykształcania tego, co określa się mianem dyspozycji czy też wrażliwości etycznej jednostki. Pomijanie w rozważaniach nad etyką biznesu tego podstawowego sposobu regulacji zachowań etycznych powoduje, iż inne sposoby tej regulacji stają się mało efektywne, a zainteresowanie środowisk biznesowych etyką nabiera charakteru komercyjnego, skojarzonego często z nieuzasadnionym samozadowoleniem i cynizmem menedżerów.

Stąd też w podejściu do rozważań nad etyką biznesu za niezmiernie wartościowe należy uznać taki nurt, obserwowany zwłaszcza w ostatnich latach w USA, w którym za najważniejszy czynnik uznaje się budowanie samoświadomości jednostek i grup składających się na społeczność danej firmy.

Poszukiwanie i próby operacjonalizacji tego, co się określa mianem *excellence* w kulturze organizacyjnej przedsiębiorstwa jest przede wszystkim wynikiem dość prostej konstatacji (Mac Intyre), iż istotne dylematy etyki biznesu, zwłaszcza na poziomie decyzyjnym, są nierozstrzygalne, zwłaszcza wtedy, gdy są oparte na zupełnie odmiennych systemach wartości. Stąd też podstawowe wartości i normy zachowań, związane z prowadzeniem działalności gospodarczej w systemie rynkowym muszą być zinternalizowane. W przeciwnym razie efektywność innych procedur i sposobów regulacji, w tym procedur prawnych, będzie niewielka, ponieważ nie będą one odnoszone do istotnych motywacji jednostek, uwikłanych w działalność gospodarczą.

3. MECHANIZM PRAWNO-ADMINISTRACYJNY

Drugi typ regulacji zachowań etycznych w biznesie dotyczy regulacji i rozwiązań prawnych. Część z tych regulacji ma dość specyficzny charakter i nie ogranicza się do typowych, ustawowych uregulowań w obrębie prawa gospodarczego czy handlowego. Ograniczanie się kadr zarządzających do analizy kosztów i przychodów pieniężnych prowadzonych firm oraz *implicite* przyjmowane założenia, że wydatki i dochody stanowią adekwatny miernik oceny działalności, w sposób jawny prowadziło do pomijania kategorii społecznych kosztów funkcjonowania przedsiębiorstwa.

Za znamienne można uznać stwierdzenie J. B. Clarka, który już na początku XX w. stwierdzał, iż nieprzestrzeganie w biznesie podstawowych reguł społecznej odpowiedzialności spowoduje, że konkurencji grozi stoczenie się do takiego poziomu etycznego, który okazuje się bardziej rentowny¹.

Poważne problemy przedsiębiorstw w wypełnianiu oczekiwań społecznych i reagowaniu na zmianę społecznych wartości spowodowały, iż w krajach o gospodarce rynkowej zaczęły się pojawiać określone regulacje prawne,

¹ J. B. Clark, *The Philosophy of Wealth*, Boston 1904, s. 168.

wprowadzające cały szereg zasad i ograniczeń do obszaru działań gospodarczych. Znaczącym przykładem jest tutaj USA, kraj, który postrzegany jest przecież w kategoriach nieskrępowanej wolności gospodarczej. Obecnie żadne przedsiębiorstwo – zarówno małe, jak i duże – nie może działać bez posłuszeństwa mnóstwu rządowych regulacji. Podstawowe decyzje w przedsiębiorstwie, takie m. in.: jakie wytwarzać produkty, jakie świadczyć usługi,

Tabela 1

Składniki operacyjnych decyzji i regulatorów rządowych
w odniesieniu do przedsiębiorstwa amerykańskiego

Funkcje przedsiębiorstwa	Obszar decyzyjny	Ciało rządowe lub ustawodawcze
Produkcja	Wybór materiałów Założenie zakładu Lokalizacja zakładu Kontrola jakości Wykorzystanie energii Zadania produkcyjne Zużycie materiałów	OSHA, EPA, CPSC OSHA EPA, COE CPSC DOE OSHA, EPA EPA
Marketing	Ceny Promocja (etykietowanie i reklama) Miejsce (dystrybucja i opakowanie) Produkt (zaniechanie i odpowiedzialność)	ETC, DOJ FTC FTC, CPSC FTC, CPSC, EPA, NHTSA
Badania i rozwój	Projektowanie procesów Projektowanie produkcji	OSHA, EPA, DOE CPSC, FTC, DOE, EPA
Finanse	Inwestycje, finansowanie i dywidendy	SEC
Rachunkowość	Standardy finansowe Standardy kosztów	SEC CASB
Personel	Dobór zatrudnienia Rozwój pracowników Wynagrodzenie Zdrowie i bezpieczeństwo	EEOC, OFCC, NLRB EEOC, OFCC, NLRB EEOC, NLRB, ERISA OSHA

Objaśnienia: CASB – Cost Accounting Standards Board (Government Contracts), CPSC – Consumer Product Safety Commission, COE – Corps of Engineers, DOE – Department of Energy, DOJ – Department of Justice, ERISA – Employee Retirement Income Security Act, EPA – Environmental Protection Agency, EEOC – Equal Employment Opportunity Commission, FTC – Federal Trade Commission, NHTSA – National Highway Traffic Safety Administration, NLRB – National Labor Relations Board, OSHA – Occupational Safety and Health Administration, OFCC – Office of Federal Contract Compliance, SEC – Securities and Exchange Commission.

Źródło: H. A. Tombari, *Business and society*, New York 1984, s. 439.

jakie inwestycje finansować, jak i gdzie wytwarzać swe produkty, jak je sprzedawać i jakie ceny ustalić w stosunku do kosztów, są przedmiotem wzrastającej od lat siedemdziesiątych kontroli rządowej. Rządowe regulacje docierają do każdego departamentu lub funkcjonalnego obszaru działania przedsiębiorstwa². Tabela 1 ukazuje, dla przykładu, obszary regulacyjnych oddziaływań rządu na specyficzne decyzje na poziomie przedsiębiorstwa.

W ostatnich dwóch dekadach system regulacji prawnej w USA został skierowany zwłaszcza na te etyczne i społeczne wartości, które w sposób bezpośredni nie są częścią transakcji występujących na rynku. Rozmiary tej regulacji są tak duże, że małe przedsiębiorstwa w wielu przypadkach nie są świadome ich wpływu na swe funkcjonowanie. Duże przedsiębiorstwa posiadają natomiast specjalne komórki sztabowe, których podstawowym zadaniem jest zapewnianie zgodności działania firmy z tymi regulacjami.

Zasady i regulacje rządowe nie są jednakowe. Różnią się w zależności od regulowanego obszaru decyzyjnego, zakładanych celów, stosowanych metod czy też kosztów, które musi ponieść przedsiębiorstwo w procesie dostosowawczym.

Regulacja konkurencyjnego działania, rozpoczęta od słynnej ustawy antymonopolowej Shermana (the Sherman Antitrust Act) z 1890 r., jest głównie prowadzona przez badanie takich nielegalnych praktyk, jak ustalanie cen (*price fixing*) czy stosowanie cen dyskryminujących. Agencjami zajmującymi się regulacjami konkurencyjnego zachowania przedsiębiorstwa są: Antitrust Division of the Institute Department oraz Bureau of Competition in the Federal Trade Commission.

Regulacje przemysłowe³, będące najstarszym rodzajem regulacji (poczynając od 1887 r., kiedy to powołano Interstate Commerce Commission celem nadzorowania działalności prywatnych dróg między stanami), zostały wprowadzone z kilku istotnych powodów. Jednym z nich jest obrona interesów publicznych przez ochronę tych dziedzin przemysłu, które mogłyby zostać zbyt silnie zmonopolizowane. Istotnym powodem była też próba zapobieżenia destrukcyjnej konkurencji oraz wszelkiego rodzaju oszustwom w sprzedaży papierów wartościowych. Regulacje rządowe dotyczące przemysłu koncentrowały się początkowo na specyficznych segmentach wytwórczości, głównie na tych, które dotyczyły bezpośredniej konsumpcji. Były więc one przede wszystkim wynikiem nacisków grup konsumenckich, przekonanych o potrzebie ochrony ich interesów. Z czasem, zwłaszcza w latach siedemdziesiątych, gdy pojawił się deregulacyjny trend w przemyśle lotniczym, transporcie drogowym i bankowości w odniesieniu do regulacji przemysłowych zaczęto podchodzić

² H. A. Tombari, *Business and Society: Strategies for the environment and Public Policy*, Dryden Press, New York 1984, s. 439.

³ Zob. M. L. Weidenbaum, *Government Power and Business Performance*, „The United States in the 1980s.”, Stanford University, Hoover Institution, 1980, s. 200.

z pewną rezerwą. Pojawiły się nawet sugestie wyprowadzone z tzw. teorii zdobyczy (*capture theory*), iż agencje rządowe czuwające nad przestrzeganiem tych regulacji stały się swoistymi składnikami przemysłu. Posiadanie przez przemysł unikatowych ekspertyz dotyczących rozwoju określonych dziedzin wytwórczości, przechodzenie pracowników agencji rządowych do przemysłu doprowadziły do sytuacji, iż przemysł amerykański zaczął być postrzegany jako coś w rodzaju kartelu utrzymywanego przez rząd.

Nowa fala regulacji w krajach zachodnich, a zwłaszcza w USA, która pojawiła się na przełomie lat sześćdziesiątych i siedemdziesiątych dotyczyła **regulacji społecznych**. Ten typ regulacji stanowi radykalne odejście od przemysłowego typu regulacji. Pozostając przy przykładzie USA można stwierdzić, iż regulacja ta dotyczy zarówno bezpieczeństwa pracy i zdrowia pracowników, różnych warunków zatrudnienia, bezpieczeństwa produktów, otoczenia fizycznego, żywności i narkotyków, jak i przebiegu stosunków pracy. Regulacje te odnoszą się zasadniczo do wszystkich, a nie tylko do pojedynczego przedsiębiorstwa, przez co posiadają o wiele szerszy zakres. Przykładem może być Interstate Commerce Commission, która odnosi się do lądowych przedsiębiorstw transportowych, podczas gdy regulacje odnoszące się do zdrowia i bezpieczeństwa mają zastosowanie do każdego pracownika zaangażowanego w przedsiębiorstwie. Ten nowy typ regulacji oddziałuje bardziej na warunki, w których dobra i usługi są produkowane i świadczone, na fizyczne właściwości wytwarzanych produktów, niż na rynki, ustalania cen czy stóp procentowych. Na przykład Environmental Protection Agency (EPA) ustanawia wymogi dotyczące wielkości zanieczyszczeń, które wytwórca może emitować w określonych jednostkach czasowych. Z kolei Consumer Product Safety Commission (CPSC) ustanawia standardy minimalnego bezpieczeństwa dla pewnego rodzaju produktów.

Wspomniane agencje, orientując się przede wszystkim na poprawę jakości życia społeczeństwa, często ignorują te regulacyjne efekty, które odnoszą się do takich ekonomicznych wartości, jak: produktywność, wzrost gospodarczy, zatrudnienie czy inflacja.

Rozwój **społecznej regulacji** procesów wytwórczych oznacza w efekcie wciągnięcie rządu w bardzo szczegółowe problemy procesu produkcyjnego, mieszające się z tradycyjnymi prerogatywami zarządzania przedsiębiorstwem. Jednym z podstawowych powodów tego typu regulacji jest specyfika współczesnych przedsiębiorstw rynku pracy i rynku konsumenta. Złożoność dóbr i produktów z jednej strony, z drugiej zaś słaba ich znajomość powoduje, że pracownicy nie znają ryzyka, na jakie napotykają podczas wykonywania różnych prac, konsumenci zaś są niezdolni do wydania właściwego sądu o nabywanym produkcie. Potrzebny jest do tego osąd ekspertów, który chroni konsumentów i pracowników od niepotrzebnego ryzyka, którego

sami nie są w stanie ocenić⁴. Innym powodem tego typu regulacji jest próba wprowadzenia we wszystkich przedsiębiorstwach takich samych standardów postępowania produkcyjnego po to, by na „starcie” procesu konkurencji z innymi firmami nie był zakłócony czynnikami natury pozaekonomicznej. Przesłanka ta odnosi się szczególnie do regulacji związanych z ochroną środowiska naturalnego.

Na szczególną uwagę zasługuje również prawna ochrona konsumenta, która od lat sześćdziesiątych XX w. nabrała międzynarodowego charakteru, m. in. przez powstanie wielu międzynarodowych instytucji ochrony praw konsumenta. Specjaliści wyróżniają przy tym różne systemy prawne tej ochrony. Należą do nich m. in. koncepcja „wprowadzenia w błąd” i „nieuczciwości wobec konsumenta”, przyjęta przez Federalną Komisję Handlu w Stanach Zjednoczonych, koncepcja „uczciwego handlu” w prawie angielskim, zakaz niewłaściwych praktyk rynkowych w prawie szwedzkim, ochrona interesów konsumenta w ramach prawa o nieuczciwej konkurencji i prawa antymonopolowego (m. in. w prawie polskim), programy ochrony konsumenta w prawie Wspólnot Europejskich⁵.

Agencji rządowych, podejmujących i prowadzących regulacje społeczne w odniesieniu do przedsiębiorstw, zwłaszcza National Labor Relations Board, Labor Management Service Administration oraz Internal Service Administration, nie można określić jako instytucji prawnych. Agencje te nazywane zarządami, biurami, wydziałami administracyjnymi itd. w obszarze regulacji nazywane są najczęściej komisjami. To właśnie różnego rodzaju komisje upoważnione są do regulowania specyficznych form działania przedsiębiorstw. Kongres USA upoważnia np. Occupational Safety and Health Administration (OSHA) do ustalania standardów bezpieczeństwa pracy i ochrony zdrowia pracowników, bez jakichkolwiek wskazań na temat rodzajów tych standardów czy warunków, w jakich winne być zastosowane. Zadanie to należy właśnie do OSHA.

Działalność regulacyjna przebiega zresztą w bardzo różny sposób: przez licencjonowanie, ustalanie standardów kierunków rozwoju, żądanie określonych informacji czy też poprzez podjęcie formalnego procesu ścigania jednostek gospodarczych nie respektujących federalnych standardów. Należy jednak wspomnieć, iż agencje prowadzące działalność regulacyjną wobec podmiotów gospodarczych same podlegają kontroli dokonywanej przez inne agencje.

⁴ Por. R. E. Healy, (ed.), *Federal Regulatory Directory 1979-1980*, „D.C. Congressional Quarterly” (Washington) 1979, s. 5.

⁵ Zob. A. Mokrysz-Olszyńska, *Ochrona interesów uczestników działalności rynkowej w głównych systemach prawnych państw kapitalistycznych*, Warszawa 1989, a także, C. Kosikowski, T. Ławicki, *Ochrona prawna konkurencji i zwalczanie praktyk monopolistycznych*, Warszawa 1994.

W Polsce można również obserwować rozwój regulacji prawnych, dotyczących działalności gospodarczej, w których aspekty etyczne zostały wyraźnie zaakcentowane. Można tutaj wymienić choćby ustawę o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji z 1993 r.⁶ W ustawie tej prawodawca posługuje się często takimi zwrotami, jak: „dobre obyczaje”, „interes innego przedsiębiorcy lub klienta”, choć rzadko te pojęcia definiuje. Tworzą one problematykę tzw. klauzul generalnych, stanowiących – zdaniem prawników – wdzięczny obiekt orzecznictwa sądowego⁷.

W katalogu przykładowych czynów nieuczciwej konkurencji, bardzo zbliżonym do tego, który znalazł się w ustawie z 1926 r.⁸ znalazły się m. in. następujące czyny:

- wprowadzające w błąd oznaczenie przedsiębiorstwa,
- fałszywe lub oszukańcze oznaczenie pochodzenia geograficznego towarów lub usług,
- wprowadzające w błąd oznaczenia towarów lub usług,
- naruszenie tajemnicy przedsiębiorstwa,
- nakłanianie do rozwiązania lub niewykonania umowy,
- naśladownictwo produktów,
- pomawianie lub nieuczciwe zachwalanie,
- utrudnianie dostępu do rynku,
- nieuczciwa lub zakazana reklama.

Praktyka życia gospodarczego wykazuje jednak, w tym niekiedy bardzo spektakularne procesy sądowe, iż regulacje prawne nie są dostatecznym zabezpieczeniem przed naruszeniem podstawowych treści etycznych. Stąd też we wszystkich rozwiniętych krajach funkcjonujących w ramach gospodarki rynkowej są podejmowane działania, które mają stanowić dodatkowy element wspomagający proces osiągnięcia wysokich standardów etycznych w biznesie.

4. MECHANIZM OPARTY NA KODEKSACH ETYCZNYCH

*Trzeci typ regulacji zachowań etycznych w biznesie odnosi się do pozaprawnych, choć zinstytucjonalizowanych rozwiązań. Można do nich zaliczyć określony system selekcji i rekrutacji pracowników, szkolenia tych pracowników, tzw. przywództwo etyczne, powoływanie instytucji *ombudsmena* (rzecznika ds. etycznych), komitety etyczne, *ethical audit* (kontrola etyczna) i inne, różnorodne, ale wystandaryzowane techniki działań indywidualnych*

⁶ Ustawa z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, DzU 1993, nr 47 poz. 211.

⁷ C. Kosikowski, T. Ławicki, *op.cit.*, s. 157–158.

⁸ Ustawa z dnia 2 sierpnia 1926 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji...

i zbiorowych. Na szczególną uwagę zasługują tutaj różnego rodzaju **kodeksy etyczne**, których rysem charakterystycznym jest to, że choć ich zalecenia nie mają mocy prawnej w podstawowym tego słowa znaczeniu, to w sposób pośredni, np. w USA, mogą wpływać na treść orzeczeń sądowych w stosunku do przedsiębiorstw, które naruszyły już normę prawną, związaną z prowadzeniem działalności gospodarczej.

Kodeksy te, bardzo powszechne w działalności biznesowej w krajach zachodnich, są adresowane bądź do członków określonych kategorii zawodowych, społeczno-zawodowych, branż, bądź do wszystkich podmiotów zbiorowych (produkcyjnych, handlowych, usługowych), prowadzących działalność gospodarczą. Odrębną kategorię stanowią kodeksy poszczególnych firm, w których to kodeksach w wyraźny sposób zaznacza się specyfika danego przedsiębiorstwa.

Spośród wymienionych wcześniej mechanizmów instytucjonalizujących treści etyki biznesu na poziomie przedsiębiorstw, kodeksy etyki należą do mechanizmów najczęściej wykorzystywanych⁹. Drugie miejsce pod względem instytucjonalizacji treści etycznych w firmach zajmowało etyczne szkolenie pracowników, adresowane w zasadzie do kadry kierowniczej średniego szczebla. Jak wynika z badań¹⁰, do większości tych programów szkoleniowych włączani byli kierownicy wyższych szczebli i szeroko pojęta administracja. Do najczęściej dyskutowanych problemów w ramach tych szkoleń, mających na celu przede wszystkim pobudzenie refleksji etycznej związanej z wykonywaną pracą (w myśl zasady „podejmując decyzje myśl etycznie”) należały: kierowanie w imieniu firmy, powiązanie z agencjami rządowymi, powiązania z dostawcami i kooperantami, konsumentami i konkurentami, powiązania z programem inwestycji publicznych, problemy otoczenia społecznego łącznie z ochroną środowiska, konflikt interesów między różnymi grupami pracowniczymi wewnątrz firmy, określenie obszaru spraw pracowniczych, mających osobisty, prywatny charakter¹¹.

5. PODSTAWOWE PRZESŁANKI FORMUŁOWANIA KODEKSÓW ETYCZNYCH W BIZNESIE

Podstawową przesłanką formułowania różnorodnych kodeksów etycznych, odnoszących się do działalności gospodarczej w krajach, w których ustrój gospodarczy jest wyprowadzany z formuły rynkowej (w tym również

⁹ Zob. *Center for Business Ethics at Bentley College – Are Corporations Institutionalising Ethics*, „Journal of Business Ethics” 1987, Vol. 5, No. 2, s. 143 i in.

¹⁰ Tamże.

¹¹ D. R. Cressey, Ch. A. Moore, *Manager Values and Codes of Ethics*, „California Management Review” 1983, No. 25, s. 56.

w Polsce), jest **filozofia zarządzania**, oparta na *corporate social responsibility*, czyli na zdolności przedsiębiorstwa do poczucia i ponoszenia społecznej odpowiedzialności za skutki swej działalności.

Mniej więcej od lat sześćdziesiątych etyka działalności gospodarczej (*business ethics*) jest rozumiana jako ciągły proces definiowania celów i zasad działania firmy z punktu widzenia ogólnie pojętego dobra społecznego, poddawanego każdorazowo zabiegom operacjonalizacji.

Cele firmy w takiej perspektywie winny odzwierciedlać bilans między **motywem zysku** (traktowanym w kategoriach techniczno-instrumentalnych) a **motywem społecznej odpowiedzialności**. Wspomniane lata to zarazem okres, w którym w sposób wyraźny zaczęto odchodzić w krajach zachodnich od poglądu, iż biznes jest amoralny lub że należy patrzeć na niego tylko w kategoriach etycznych, ponieważ takie podejście jest zyskowne („*honesty is the best policy*”). W związku z tym zaczęto uważać za źle sformułowane pytanie dotyczące zasadności realizacji celów społecznych na poziomie konkretnych podmiotów gospodarczych. Powszechnym stało się przekonanie, iż każdy podmiot gospodarczy musi odwoływać się zarówno do poczucia realizowanych celów częściowych, jak i celu ogólnego. Cele te zaś są dookreślone przede wszystkim przez ramy określonej kultury organizacyjnej przedsiębiorstwa, na którą składają się nie tylko wspólnie podzielane doświadczenia, ale i wspólnie podzielane wartości. Trudno sobie wyobrazić, by w dłuższej perspektywie czasowej przedsiębiorstwo funkcjonujące na rynku kapitałowym mogło abstrahować od tego, co M. Crozier, francuski socjolog organizacji, określa jako „zarządzanie przez kulturę”. Współczesne zarządzanie przedsiębiorstwem staje się według niego przede wszystkim problemem socjologicznym, ponieważ „[...] rozwój wolności polega na tym, iż podstawową misją zarządzających powinno być tylko tworzenie warunków niezbędnych do tego, by ludzie motywowali się sami”¹². Wspólny cel przedsiębiorstwa, generujący zdolność do automotywacji może zawierać te wszystkie treści, które odnoszą się nie tylko do ponoszenia odpowiedzialności przez przedsiębiorstwo wobec swych pracowników i otoczenia społecznego, ale również do poczucia odpowiedzialności.

Poczucie odpowiedzialności przedsiębiorstwa, stanowiąc jeden z wymiarów jego społecznej odpowiedzialności, jest istotnym elementem procesu decyzyjnego. Przekonanie o opłacalności prowadzenia firmy zgodnie z interesem publicznym jest wzmocnione argumentami o mniej lub bardziej instrumentalnym charakterze. Dość często mówi się więc o tym, zwłaszcza wśród przedstawicieli i zwolenników liberalnej doktryny społeczno-ekonomicznej Friedricha von Hayeka, nawiązującego do klasyków doktryny liberalnej

¹² M. Crozier, *Przedsiębiorstwo na podstachu. Jak uczyć się zarządzania postindustrialnego*, Warszawa 1993, s. 40.

A. Smitha, A. Fergusona, F. Hume'a, że najlepszym sposobem na zachowanie wolności gospodarczej i jej obronę przed interwencjonizmem państwowym jest liczenie się z oczekiwaniami zarówno pracowników, jak i różnorodnych grup społecznych (konsumenckich, grup nacisku itp.).

Warto przypomnieć sylwetkę naukową A. Krzyżanowskiego, gorącego zwolennika gospodarki liberalnej, który będąc przeciwnikiem zbyt ingerencji państwa w sprawy gospodarcze stwierdzał, iż tylko społeczeństwo jest w stanie sobie pomóc. Nie dokonując nadinterpretacji głównych tez wywodu autora można stwierdzić, iż za głównego animatora działań zbiorowych uznawał nie państwo, lecz społeczeństwo obywatelskie. Państwo zaś w swym pragmatycznym podejściu do realizacji głównych założeń systemu demokratycznego winno przede wszystkim dbać o to, aby jego polityka była wyprowadzona z chrześcijańskiej moralności¹³. W próbach zbyt ingerencji państwa w sprawy gospodarki A. Krzyżanowski dostrzegł niebezpieczeństwo naruszania przez obywateli nie tylko istniejącego porządku prawnego, ale również określonych norm moralnych. Ograniczenie sfery wolności jednostki nadprodukcją przepisów prawnych powoduje, jego zdaniem, ograniczenie moralnego wymiaru ludzkich zachowań¹⁴.

Stanowisko A. Krzyżanowskiego w kwestii zachowania określonych treści etycznych, a nawet ich obrony w ramach doktryny liberalnej było bardzo zbliżone do stanowiska współczesnego nam teoretyka liberalizmu – F. von Hayeka. Przestrzeganie przez same podmioty gospodarcze standardów etycznych w prowadzonej działalności stanowi więc warunek zachowania przez nie wolności i rozwijania nieskrępowanej zbytnio przez prawo inicjatywy ekonomicznej. Ta przesłanka w tworzeniu regulacji kodeksowych na poziomie podmiotów gospodarczych, choć wydaje się bardzo ważna, to nie jest jedyna.

Orientacja na treści związane ze społeczną odpowiedzialnością firmy jest również traktowana jako istotny element w tworzeniu pozytywnego wizerunku firmy (cel marketingowy), zwiększania stopnia jej wiarygodności. Podkreśla się również fakt, iż orientacja na *corporate social responsibility* zwiększa zdolność firmy do szybszej reakcji na sygnały rynkowe oraz jej szanse zarówno na stabilność, jak i rozwój. Wskazuje się przy tym, iż przedsiębiorstwo, ze względu na swą złożoność kapitałową, prawną, organizacyjną i kulturową nie będzie efektywnie funkcjonować, jeśli nie jest w stanie na bieżąco rozpoznawać systemów wartości i potrzeb społecznych.

¹³ A. Krzyżanowski, *Polityka i gospodarstwo. Pisma pomniejsze oraz przemówienia*, Kraków 1920–1931, s. 267.

¹⁴ A. Krzyżanowski, *Moralność współczesna*, nadbitka z „Przeglądu Współczesnego” (Kraków) 1935, s. 210.

Mówiąc o przesłankach tworzenia kodeksów etycznych w biznesie warto również wspomnieć o argumentach, które bezpośrednio odnoszą się nie tylko do celów ekonomicznych firmy, ale do celów czy problemów społecznych w ogóle. W tej perspektywie najczęściej mówi się o tym, iż przedsiębiorstwo stanowi jeden z podstawowych elementów złożonego systemu społecznego. Nie bez znaczenia jest więc to, za pomocą jakich kryteriów będziemy dokonywać jego identyfikacji.

Podkreśla się również, iż przedsiębiorstwa, zwłaszcza te o złożonej strukturze, posiadają takie zasoby ludzkie, kapitałowe i tyle władzy, iż to właśnie one są predestynowane do rozwiązywania istotnych problemów społecznych. W mniej radykalnej formie stwierdza się, że bez udziału przedsiębiorstw nie da się tych problemów w sposób sensowny rozwiązać. Przykładem takiego aktywnego uczestnictwa przedsiębiorstwa w rozwiązywaniu problemów społecznych są działania ograniczające rozmiary bezrobocia, np. choćby przez organizowanie dla swych pracowników różnego rodzaju szkoleń, które powodują, iż na rynku pracy wzrasta atrakcyjność tych, którzy mogą stać się bezrobotnymi.

Eksponuje się przy tym fakt, iż w ocenie poszczególnych podmiotów gospodarczych w sposób jawny pomija się kategorię społecznych kosztów ich działalności. Pod tym określeniem rozumie się wszystkie bezpośrednie i pośrednie straty poniesione przez społeczeństwo w rezultacie działalności przedsiębiorstw. Straty te mogą się wyrażać pogorszeniem stanu zdrowia ludności, przedwczesnym wyczerpaniem bogactw naturalnych lub też utratą przez jednostki różnorodnych możliwości rozwoju indywidualnego i grupowego.

Zasygnalizowane tutaj przesłanki uzasadniająca formułowanie kodeksów etycznych przez odwołanie się do społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa, zwłaszcza zaś do jego poczucia odpowiedzialności nie są oczywiście zbyt łatwe do zastosowania w praktyce. Przede wszystkim dlatego, iż nie jest możliwe pełne określenie społecznej odpowiedzialności dla przypadków podejmowania specyficznych decyzji. Wydaje się zatem, iż odpowiedzialność tę należałoby rozpatrywać nie jako ustalony rezultat, lecz jako proces. Wtedy zachowanie przedsiębiorstwa winno być oceniane nie przez aktualnie realizowane decyzje, ale poprzez zespół reguł i procedur zorientowanych zarówno na *ex ante* prowadzoną analizę społecznych konsekwencji, planowanych decyzji, jak i na uruchomienie środków minimalizujących ich społeczne koszty. W takim ujęciu społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa mogłaby być traktowana jako instrument, który w procesie decyzyjnym pełni taką samą rolę jak i inne jego instrumenty, nie zaś jako określony wynik. Można sądzić, iż regulacje kodeksowe w biznesie wyprowadzone z twierdzenia o społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa zyskałyby wtedy nieco inny status, natomiast komercyjne przesłanki nie odgrywałyby tak istotnej roli jak dotychczas.

Uwaga ta odnosi się zwłaszcza do kodeksów etycznych poszczególnych firm, które ze względu na swą specyfikę odbiegają zarówno od ogólnych zaleceń etycznych dotyczących działalności gospodarczej, jak i od perspektywy etyk zawodowych zawodów biznesowych. W wielu przypadkach kodeksy te są albo uzupełnieniem treści zawartych w regulacjach prawnych albo wyeksponowaniem tych treści etycznych, które takiej prawnej regulacji nie zostały poddane. Zasady etyki, jakimi kierują się firmy muszą być przede wszystkim znane wszystkim pracownikom. Cel ten jest osiągany głównie przez cykl szkoleń dla poszczególnych, najczęściej jednorodnych grup pracowniczych oraz prowadzenie systematycznej publikacji treści związanych z etycznym aspektem działalności gospodarczej firmy, a więc ze swoistym etycznym biznes planem.

6. SPECYFIKA KODEKSÓW ETYCZNYCH W DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ

Podstawowym pytaniem, na które starają się odpowiedzieć kodeksy etyczne firm czy poszczególnych zawodów biznesowych jest, **jak promować etyczne działania i zachowania zarówno w procesie podejmowania decyzji, jak i w toku codziennie wykonywanych czynności zawodowych**. Od lat siedemdziesiątych można obserwować w krajach zachodnich wyraźny rozwój kodeksowej regulacji zachowań biznesowych. Badania przeprowadzone w 1990 r. przez Centre of Business Ethics w Bentley College wykazały, iż 94% przedsiębiorstw znajdujących się na liście *Fortune 500 service* oraz *Fortune 500 industrial* miało opracowane kodeksy etyki. Badania te wykazały również, że 32% spośród badanych przedsiębiorstw wyszło niejako poza ogólne założenia etycznego kodeksu firmy i powołało stanowisko kierownika etycznego firmy, natomiast 15% na tym stanowisku zatrudniało osobę w ramach pełnego etatu. W ocenie R. C. Warrena, przytaczającego tę statystykę, kodeksy etyki stają się powoli odpowiednikami prawnych regulacji stosowanych zwłaszcza w odniesieniu do tych przedsiębiorstw, które dopuściły się złych praktyk podlegających penalizacji lub też praktyk korupcyjnych¹⁵.

W rzeczywistości kodeksy etyki, zwłaszcza w USA, stają się prawnymi dokumentami, jak np. Sentencing Reform Act z 1984 r. oraz wydanych w 1991 r. US Sentencing Commissions i Federal Guidelines for Sentencing Organisations. Na podstawie tych dokumentów mających status przepisów federalnych, sąd może zredukować zasądzoną karę przedsiębiorstwu za złamanie określonego przepisu prawa gospodarczego nawet o 95%, jeśli przedsiębiorstwo:

¹⁵ R. C. Warren, *Codes of Ethics: Brick Without Straw*, „Business Ethics” 1993, Vol. 2, No. 4, s. 185.

- a) przyzna się do popełnionego przestępstwa;
- b) dobrowolnie (a więc nie czekając na efekty niekiedy zmuszonych dochodzeń) przekazuje informację o naruszeniu prawa;
- c) podejmuje współpracę z organami wymiaru sprawiedliwości;
- d) przede wszystkim zaś opracuje efektywny program zapobiegania i wykrywania sposobów łamania prawa zarówno przez kadre zarządzającą jak i pracowników.

W praktyce oznacza to ustalenie kodeksu etyki firmy i wykorzystanie procedur, które zapewniają:

- a) ustalanie standardów wykonania;
- b) powołanie jednostek wewnętrznych firmy, czuwających nad realizacją tych standardów;
- c) należytą dbałość w delegowaniu uprawnień na niższe szczeble organizacyjne;
- d) przygotowanie programów nauczania i szkoleń dla wszystkich pracowników firmy, którzy zapoznają się zarówno ze sposobami identyfikacji nieetycznych zachowań w obszarze własnej działalności zawodowej, jak i firmy jako całości;
- e) przygotowanie różnego rodzaju publikacji na temat etycznych aspektów działalności firmy adresowanych zarówno do pracowników, jak i otoczenia społecznego (a więc swoisty *public relations*);
- f) funkcjonowanie systemu monitoringu etycznego łącznie z informowaniem o jego wynikach kierownictwa firmy itp.¹⁶

W związku z tym w literaturze zachodniej zaczęto mówić wręcz o promocji etycznego kierowania i społecznej odpowiedzialności jako o istotnych elementach podtrzymujących nowe myślenie zarządcze oparte na formule misji przedsiębiorstwa.

W tworzonych kodeksach etycznych firm zawarte są zarówno założenia teorii utylitaryzmu, deontologii, jak i kontraktualizmu. Nie znaczy to, iż w działalności konkretnych firm niektóre treści zawarte w tych kodeksach są nierealistyczne, przeszkadzają w efektywnym działaniu bądź też są ignorowane przez pracowników, którzy niekiedy traktują je jako kolejny przejaw biurokratyzacji przedsiębiorstwa.

Istotnym pozostaje jednak fakt, iż działająca od 1991 r. Komisja Stanów Zjednoczonych ds. Postępowania Sądowego jest przykładem takiego rozwiązania, które dopuszcza elastyczne posługiwanie się mechanizmami prawnymi ze względu na podstawowy cel, jakim jest utrzymanie w miarę wysokiego poziomu etyki biznesu. Tym bardziej, że obowiązek podjęcia

¹⁶ Tamże oraz: D. Clutterbuck, *The Role of the Chief Executive in Maintaining an Ethical Climate*, Clutterbuck Associates, London, 1992, s. 100-101. Zob. też J. Górski, *Etyka i biznes*, „Nowa Europa” 1994, nr 24.

przez przedsiębiorstwo działań, które zapobiegałyby dokonywaniu dalszych wykroczeń czy nadużyć wobec innych podmiotów gospodarczych formułowany jest na takim stopniu ogólności, że stwarza możliwość swobodnego dostosowywania się do specyfiki firmy. Jak się często podkreśla, każda firma ma całkowitą swobodę ustalania własnego systemu etyki, natomiast Komisja ds. Postępowania Sądowego formułuje tylko ogólne ramy postępowania w tworzeniu kodeksów etycznych.

Polegając na wewnętrznych mechanizmach samokontroli lub samoregulacji podstawowe treści etyki zespołowego działania są doprowadzone, poprzez ich instytucjonalizację, do poziomu konkretnej firmy. Podejmowane są na podstawie wypracowanych procedur, działań integrujących treści etyczne z codziennymi czynnościami wykonywanymi w przedsiębiorstwach i to na wszystkich jego poziomach – decyzyjnych i wykonawczych.

Podstawowe założenia kodeksowe są regularnie rozwijane przez komisje i zharmonizowane z resztą organizacji poprzez programy nauczania lub inne środki, przeznaczone do wywarcia na pracownikach odpowiedniego wpływu, prowadzącego do akceptacji i rozwijania przez nich określonych reguł etycznych. Pamiętając o osiągnięciu wysokiej skuteczności założeń kodeksowych w firmach zachodnich stosowane są określone sankcje społeczne, o dużym zróżnicowaniu zarówno nagród, jak i kar.

W sankcjonowaniu zachowań etycznych, wyprowadzanych z założeń kodeksowych istotną rolę odgrywają **komisje etyczne przedsiębiorstwa**, które zarządowi i kierownictwu firm dostarczają sprawozdań będących zarówno wynikiem etycznego auditingu, jak i nowych rozwiązań kodeksowych. W latach osiemdziesiątych w firmach zachodnich dyscyplinowanie pracowników naruszających reguły kodeksowe przez nałożenie różnego rodzaju sankcji negatywnych było najczęściej zlokalizowane w oddzielnych komitetach¹⁷.

Prócz kodeksów etycznych określonych firm w krajach zachodnich rozpowszechnione są **przewodniki do etyki zawodów biznesowych**. Przewodniki te opracowywane są w formie podstawowych zasad i sprawozdań. Podstawowe zasady etyczne zawodu formułowane są zazwyczaj w formie obowiązków poszczególnych członków danego zawodu. Obowiązki te ujęte są w szerokie i ogólne formuły, tworzące podstawowy zespół rad dotyczących zawodowego zachowania. Sprawozdania etyczne, dotyczące zawodów biznesowych dostarczają więcej szczegółów, gdyż odnoszą się do konkretnych sytuacji i okoliczności, w których preferowane są określone rodzaje zachowań. Wartością takich przewodników jest to, iż unika się w nich nadmiernego legalizmu czy też antycypowania każdego przypadku przy jednoczesnej

¹⁷ J. Weber, *Institutionalising Ethics into the Corporation, Ethical Theory and Business*, Englewood Cliffs 1983, s. 536.

koncentracji na przykładach sytuacji problemowych. W podstawowych zasadach tych przewodników stwierdza się m. in., iż członkowie zawodów biznesowych, zrzeszeni (raczej na obligatoryjnej zasadzie) w krajowych izbach:

a) powinni działać uczciwie we wszystkich kontaktach biznesowych; uczciwość ta pociąga za sobą nie tylko zwykłą prawość, lecz również sprawiedliwe prowadzenie interesów oraz prawdomówność;

b) powinni dążyć do obiektywności we wszystkich zachowaniach i osądach; stanowi to podstawę do etycznego zachowania w wielu wymiarach zachowania biznesowego;

c) nie powinni podejmować lub wykonywać pracy, jeśli nie czują się w niej kompetentni; zwłaszcza wtedy gdy nie mogą w wykonywaniu takiej pracy liczyć na radę czy pomoc;

d) powinni wykonywać swoją pracę zgodnie z kwalifikacjami, należytą troską i pilnością odnoszącą się zarówno do technicznych, jak i zawodowych standardów;

e) powinni kierować się kurtuazją, grzecznością i rozważą wobec wszystkiego, co zamierzają robić¹⁸.

7. PODSTAWOWE OBSZARY REGULACJI KODEKSOWYCH W ZAWODACH ZWIĄZANYCH Z RYNKIEM KAPITAŁOWYM W POLSCE

Procesowi transformacji gospodarki polskiej z systemu centralnie sterowanego do systemu rynkowego towarzyszyły od początku próby nadania zawodom biznesowym, zwłaszcza tym, które są zawodami nowymi w 50-letnim doświadczeniu społecznym również wymiaru etycznego. Znamiennym jest, iż najpierw projekty, a potem dokumenty kodeksowe zostały opracowane w odniesieniu do takich zawodów, jak **makler** i **doradca giełdowy** czy **bankowiec**, a potem dopiero opublikowano kodeks etyki w działalności gospodarczej. Ten ostatni kodeks, opracowany przez Krajową Izbę Gospodarczą w 1994 r. adresowany jest do podmiotów zbiorowych, prowadzących działalność gospodarczą. Obserwacja procesu powstawania kodeksów pokazuje, iż wywołują one w określonych środowiskach biznesowych wiele sporów i kontrowersji.

Zbiór zasad etyki zawodowej maklerów papierów wartościowych został opracowany przez Związek Maklerów Papierów Wartościowych i Doradców w Zakresie Publicznego Obrotu Papierami Wartościowymi¹⁹ przy wyraźnej interwencji Komisji Papierów Wartościowych. W fazie opracowywania kodeksu powstał spór z KPW, która żądała m. in., by maklerzy informowali

¹⁸ R. C. Warren, *op. cit.*

¹⁹ Tekst kodeksu został uchwalony przez VII Nadzwyczajny Zjazd Maklerów i Doradców 19.11.1994 r.

KPW o stanie rachunku papierów wartościowych, posiadanych przez tzw. osobę bliską maklerowi, dla którego to rachunku makler nie posiada pełnomocnictwa. Kodeks zawiera zasady ogólne oraz zasady związane z wykonywaniem zawodu ujęte w płaszczyźnie:

- kontaktów maklera z pracodawcą,
- kontaktów maklera z klientami,
- zachowania tajemnicy zawodowej,
- obrotu papierami wartościowymi na własny rachunek,
- publikowania lub rozpowszechniania rekomendacji dotyczących poszczególnych papierów wartościowych,
- stosunków koleżeńskich.

W zasadach ogólnych na uwagę zasługuje zapis, zgodnie z którym obszary działań maklerów nie objęte uchwalonymi zasadami podlegają innym regulacjom organów Związku Maklerów i Doradców, orzecznictwu dyscyplinarnemu oraz zwyczajom przyjętym w środowisku. Zasady etyki zawodowej oraz przepisy prawa uznaje się tutaj za równorzędne, co powoduje, iż za uchybienia w etyce zawodowej makler odpowiada dyscyplinarnie.

Komentując regulacje kodeksowe dotyczące stosunku maklerów z pracodawcą należy stwierdzić, iż zostały wyeksponowane takie podstawowe treści, jak:

- obowiązek dbania o dobre imię przedsiębiorstwa;
- zakaz prowadzenia nieuczciwej konkurencji wobec swojego pracodawcy;
- obowiązek informowania pracodawcy o posiadanym rachunku papierów wartościowych i składanych zleceniach;
- zakaz jednoczesnego wykonywania zawodu doradcy w zakresie publicznego obrotu papierami wartościowymi, jeśli powoduje to konflikt interesów.

Regulacje kodeksowe związane z obsługą klientów dotyczą tych wszystkich obszarów, w których interesy klientów powinny być szczególnie chronione. Dotyczą one przede wszystkim:

- zakazu podejmowania przez maklera tych wszystkich działań, które mogą wprowadzić w błąd klienta lub wywołać fałszywe wyobrażenia;
- nakazu traktowania klientów w równy sposób przy jednoczesnym przestrzeganiu sprawiedliwych zasad obrotu i udostępnianiu klientowi wszystkich opublikowanych informacji niezbędnych do podejmowania przez niego decyzji inwestycyjnych; przy udzielaniu tych informacji makler zobowiązany jest do tego, by oddzielać przekazywane fakty od opinii o nich;
- zakazu podejmowania decyzji inwestycyjnych w imieniu klienta lub sugerowanie mu takich decyzji, w sytuacji gdy makler nie wykonuje zawodu doradcy;
- obowiązku uniemożliwienia dostępu do informacji o kliencie i jego działalności osobom trzecim; oczywiście w ramach ogólnie obowiązujących przepisów.

Na etapie wstępnych projektów wiele kontrowersji wzbudzał również zapis dotyczący obrotu papierami wartościowymi na własny rachunek. Ostatecznie przyjęto, iż makler może posiadać tylko jeden rachunek papierów wartościowych. W przypadku maklera wykonującego zawód rachunek ten winien być umiejscowiony w przedsiębiorstwie maklerskim, w którym jest on zatrudniony. Odstępstwo od tej zasady może być podyktowane jedynie praktykami obrotu, z których wynika obowiązek posiadania większej liczby rachunków.

Bardzo szczegółowym regulacjom podlega sam akt składania przez maklera zleceń na własny rachunek. Zlecenia te nie mogą być składane w dniu sesji giełdowej i nie mogą też być w jakikolwiek sposób uprzywilejowane w stosunku do zleceń klientów przedsiębiorstwa. W związku z tym np. nie może wykorzystywać posiadanych uprawnień i stanowiska służbowego do uprzywilejowanego nabywania papierów wartościowych w pierwszej ofercie publicznej lub w obrocie pierwotnym. Ma on również obowiązek upewnić się, czy dany papier nie znajduje się na liście restrykcyjnej przedsiębiorstwa maklerskiego, w którym pracuje, jeśli tak, papierów tych nie może nabywać na własny rachunek. Istotną jest również regulacja dotycząca upubliczniania przez maklera nie posiadającego licencji doradcy informacji rekomendujących określone papiery wartościowe. Zakaz takiego rozpowszechniania informacji nie dotyczy bowiem komentowania wydarzeń na rynku papierów wartościowych. Makler nie tylko może te wydarzenia komentować, ale i pobierać wynagrodzenie za ich udzielanie i publikowanie. W kodeksie etycznym tego zawodu podkreśla się również, iż makler ma obowiązek współdziałania w przestrzeganiu przez innych maklerów postanowień przyjętego kodeksu. Współdziałanie to jest nawet rozciągnięte na uprawnienia dotyczące zwrócenia uwagi innemu maklerowi, który narusza omawiane zasady kodeksowe. Wszelkie naruszenia kodeksu podlegają orzeczeniom Sądu Dyscyplinarnego Związku Maklerów i Doradców, który prowadzi również Księgę Zasad Etyki Zawodu, do której wpisywane są tezy orzeczeń tego Sądu oraz uchwały organów Związku.

Przedstawiona ogólna charakterystyka *Zbioru zasad etyki zawodowej maklerów papierów wartościowych* nie jest charakterystyką kodeksu etycznego w pełnym tego słowa znaczeniu. Stanowi ona jednak prezentację podstawowego trendu w sposobie myślenia ciał samorządowych i związkowych o sposobach wykonywania zawodów biznesowych.

Podobne podejście występuje przy opracowywaniu kodeksu etycznego biegłego rewidenta. Zawód ten, uprawiany w Polsce przez około 3000 osób jest zawodem licencjonowanym. Osoby, które go wykonują posiadają uprawnienia do sprawdzania poprawności sprawozdań finansowych firm. Samorząd Krajowej Izby Biegłych Rewidentów stanowi nie tylko ogólne normy zawodu czy zakres teoretycznej i praktycznej wiedzy kandydatów

ubiegających się o uzyskanie licencji, ale również określa podstawowe zasady etyki tego zawodu i sprawuje nadzór nad ich przestrzeganiem. Posiada w zakresie swych uprawnień możliwość stosowania całego szeregu sankcji negatywnych aż do wyeliminowania ze społeczności członków Izby osób niegodnych, łamiących ogólne zasady wykonywania zawodu, również w wymiarze etycznym. Eliminacja taka oznacza odebranie licencji, a więc pozbawienie prawa wykonywania zawodu. W bardzo krótkim okresie od powołania instytucji biegłych rewidentów i ich samorządu (ustawa z 19.10.1991 r., DzU nr 111, poz. 480 z późniejszymi zmianami) opracowano i zatwierdzono na I Zjeździe Biegłych Rewidentów *Tymczasowe zasady etyki zawodowej*. Zasady te wzorowano na: wydanych w 1990 r. przez Międzynarodową Federację Księgowych (IFAC) *Wskazaniach etycznych dla zawodowych księgowych* oraz na *Kodeksie etycznym zawodowych księgowych* (1992 r.), stanowiących wzór dla organizacji członkowskich Federacji, redagujących krajowe kodeksy etyki biegłych rewidentów²⁰.

W maju 1994 r. został uchwalony również przez Związek Banków Polskich, Narodowy Bank Polski we współpracy z Forex Klub Polska kodeks etyczny Polskiego Rynku Walutowo-Pieniężnego, wyraźnie wzorowany na analogicznym kodeksie funkcjonującym w krajach zachodnich z uwzględnieniem specyfiki polskiej. Kodeks jest **dobrowolnym zobowiązaniem** do przestrzegania określonych reguł postępowania etycznego przy zawieraniu transakcji, posługiwania się jednolitą terminologią, egzekwowania odpowiedzialności stron. Kodeks – wprowadzając określone standardy postępowania w transakcjach na hurtowym rynku walutowo-pieniężnym, obsługiwanym zarówno przez brokerów, jak i dealerów – nie przewiduje żadnych sankcji formalnych, tylko moralną presję środowiska dealerskiego. Warto wspomnieć, iż w przygotowaniu jest kodeks Stowarzyszenia Syndyków Polskich oraz Stowarzyszenia Ubezpieczeniowców Polskich.

* * *

Podsumowując, tę z konieczności skrótową formę prezentacji niektórych regulacji etycznych dotyczących zawodów biznesowych w Polsce, należy stwierdzić, iż w regulacjach tych występuje odwołanie do takich wartości, jak: poczucie odpowiedzialności zawodowej, obiektywizm, profesjonalizm, dyskrecja zawodowa, wiarygodność, priorytet interesu społecznego (publicznego). Gdybyśmy do tego dodali z kodeksu etyki działalności gospodarczej (z 1994 r.) pierwszą zasadę ogólną, która brzmi: „Podmiot, prowadzący działalność gospodarczą (podmiot gospodarczy) powinien przestrzegać prawa, działać zgodnie z zasadami współżycia społecznego i dobrymi obyczajami

²⁰ A. Kaliński, *Kodeks etyki zawodowej biegłych rewidentów*, „Rachunkowość” 1995, nr 10, s. 449.

oraz respektować zasady etyki w działalności gospodarczej”²¹, to moglibyśmy powiedzieć, iż na poziomie werbalnym treści etyczne są obecne w polskim biznesie. Zadaniem badaczy jest stwierdzenie, w jakim stopniu refleksja etyczna stanowi istotny element regulacji zachowań tych podmiotów zbiorowych i indywidualnych, które prowadzą działalność gospodarczą.

Gwałtowność zmian w wymiarze życia społecznego w Polsce wymaga jednak nie tylko orientacji na praktyczne konsekwencje uprawiania etyki gospodarczej, związane z tworzeniem określonych kodeksów etycznych i nowych przepisów prawnych modyfikujących dyspozycje etyczne osób uwikłanych w działalność biznesową, ale również na bardziej fundamentalne zagadnienia związane z tworzeniem się nowego ładu aksjonormatywnego. Należy mieć nadzieję, że ten nowy ład, będący wynikiem procesu przechodzenia od porządku monocentrycznego do porządku policentrycznego jest i będzie tworzony w Polsce nie tylko przez grupy menedżerskie, dla których honor kupiecki bywa czasem mylony z honorarium. Studenci i absolwenci szkół przygotowujących do podejmowania i prowadzenia działalności gospodarczej za oczywisty muszą uznać jednak fakt, iż działalność ta, tak jak każda inna forma ludzkiej aktywności ma etyczno-moralny wymiar.

Danuta Walczak-Duraj

MECHANISMS OF REGULATING THE ETHICAL BEHAVIOR IN BUSINESS

The paper reviews characteristic of three principle mechanisms regulating ethical behavior in business. Concerning the first, viz. the socialization mechanism, it emphasizes that judging the ethical code of business from a decision-making point of view, one has to consider what morals and norms of behave are on the inside.

The second type of regulation of ethic behavior refers to the legal-administrative mechanism. On the background of American examples, the text points out some rules and domains of adjusting the competition, also industrial and social regulations.

The third type of controlling mechanism deals with the illegitimate, yet already institutionalized realizations of the ethic codex. Considering that sorts of the regulatory instruments, author focuses on elemental rationales that give form and qualities to the ethic codex, which also regards to the Polish realizations.

²¹ *Etyka w działalności gospodarczej*, Krajowa Izba Gospodarcza, Instytut Badań nad Demokracją i Przedsiębiorstwem Prywatnym, Komitet Edukacji, Rynku Pracy i Etyki Zawodowej, Warszawa 1984, § 1.