Barcik, Anna

Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa i przedsiębiorcy

Prace Naukowe AJD. Pragmata Tes Oikonomias 6, 147-155

2012

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

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

MUZEUM HISTORII POLSKI

PRACE NAUKOWE Akademii im. Jana Długosza w Częstochowie
Pragmata tes Oikonomias 2012, z. VI

Anna BARCIK
Górnośląska Wyższa Szkoła Handlowa im. W. Korfantego w Katowicach

Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa i przedsiębiorcy

Synopsis: Między działalnością przedsiębiorstwa, a jego społeczną odpowiedzialnością istnieją ścisłe zależności. Są one w teorii i praktyce płaszczyzną, na której rozgrywa się konflikt ekonomii z etyką. Wyzwolenie ludzi biznesu ze zniewolenia materializmu praktycznego i powrót do integralnego rozwoju gospodarczego to istotny problem współczesnego zarządzania przedsiębiorstwami.
Słowo kluczowe: społeczna odpowiedzialność, konflikt ekonomii z etyką

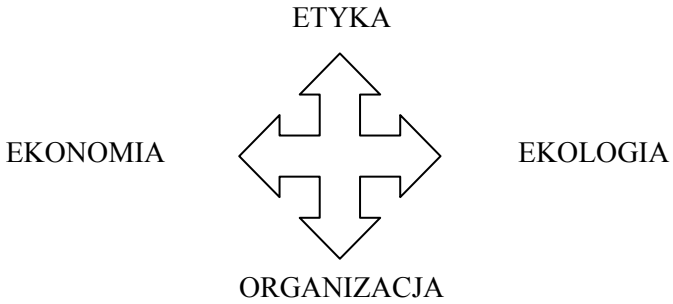
Wstęp

Współczesne czasy, wśród wielu przemian, znamionują się nowym podejściem do przedsiębiorstwa. Celem nowoczesnej organizacji jest nie tylko produkowanie dóbr i świadczenie usług, ale zarządzanie nowoczesnymi instrumentami obejmującymi zasady odpowiedzialnego biznesu, w którym dbałość o efektywność byłaby zsynchronizowana z wartościami etycznymi jako społecznych fundamentów rozwoju pracowników, a także rozwoju demokratycznego kapitalizmu. Rośnie zatem zainteresowanie przedsiębiorstw etycznymi programami zarówno w otoczeniu wewnętrznym, jak też zewnętrznym, bowiem etyka społecznej odpowiedzialności stanowi szczególne aktywa równowagi w zakresie celów ekonomicznych, ekologicznych i społecznych firmy. Te właśnie trzy obszary mają istotne znaczenie dla zrównoważonego rozwoju gospodarczego w dłuższej perspektywie czasowej.

Nieżyjący już J.M. Bocheński uważał, że przedsiębiorstwo jest bytem nie tylko gospodarczym, ale także bytem immanentnym, składającym się z elementów wewnętrznych – kapitał, praca, wynalazki oraz zewnętrznym – klienci, lokalność, państwo. Elementy syntetyzuje przedsiębiorca. Zdaniem J. Bocheńskiego cele przedsiębiorstwa i przedsiębiorcy wyznaczają: struktura i działalność,

czyli immanentność organizacji oraz transcendentalność, czyli cele moralnego postępowania, wypełniające społeczne zobowiązania.

Cele te przedstawia W. Gasparski w postaci „trzech E”



Rys. 1. Zasada „trzech E”

Źródło: [8]

Rysunek powyższy zakłada solidarność w kreowaniu dobra pozaosobistego, dobra społecznej instytucji, jaką jest przedsiębiorstwo i dobra całego społeczeństwa. Działania gospodarcze są nieodłącznie związane z etyką, bo ważne jest przetrwanie i rozwój firmy z pozytywnymi i doniosłymi konsekwencjami. Sukces ekonomiczny i moralny idą w parze. Zrozumienie tych tendencji uzależnione jest od etyki społecznej odpowiedzialności przedsiębiorcy.

Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa

Nadrzędnym celem poprzez stulecia dla przedsiębiorstwa stał się nieograniczony i nieustanny postęp gospodarczo-społeczny. Lansowane były i nadal są przekonania podporządkowujące wartość, etykę, celom gospodarczym, ideom tworzenia za wszelką cenę dobrobytu, rozwoju techniczno-ekonomicznego i maksymalizacji zysku. W praktyce prowadziło to do różnego rodzaju negatywnych wpływów na człowieka i środowisko naturalne, pozostając w kolizji z wartościami ogólnoludzkimi – ujawniają groźne przejawy patologii gospodarczej, jak: afery, korupcja, nieuczciwa konkurencja i niesprawiedliwość społeczna, bankructwa przedsiębiorstw, a nawet załamania się systemu gospodarczego.

Wyzwania stojące przed społeczną odpowiedzialnością są trudne, bowiem chodzi o pogodzenie logiki zysku i opłacalności przedsiębiorstwa z jego humanistyczną koncepcją. Powstają tu dwie orientacje antropologiczne.

Pierwsza zdominowana jest przez paradygmat *homo economicus*, w której pracownik ujmowany jest jako narzędzie produkcji, jako zasoby human capital do wykorzystania pod kątem ekonomicznego projektu.

Druga orientacja widzi w pracowniku osobę potrzebującą, którą poprzez pracę należy rozwijać, traktować z szacunkiem i godnością. Tendencje te pozostają w sprzeczności i są pochodną braku odpowiedzialności społecznej przedsiębiorców wobec świata wartości.

Współcześnie odpowiedzialność społeczną przedsiębiorstw pojmuje się jako „odpowiedzialność prawną, ekonomiczną, etyczną i filantropijną" (por. [5]). Uczeni wielu dziedzin naukowych, a szczególnie etycy nawołują do zharmonizowania działalności przedsiębiorstwa – bezpieczeństwem i jakością życia człowieka, postulując, zrównoważenie rozwoju gospodarczego poprzez kształtowanie właściwych proporcji miedzy trzema kapitałami: ekonomicznym, przyrodniczym i ludzkim.

W teorii zrównoważonego rozwoju gospodarczego kładzie się nacisk na zhumanizowanie techniki, która oznaczałaby zmianę w środkach techniczno – technologicznych i organizacyjnych, prowadzących do udoskonalenia metod produkowania. Takie ustrukturalizowanie produkcji prowadzi do zastępowania kryterium zyskowności, integrującym miernikiem jakości życia. W zrównoważonym rozwoju gospodarczym wszystkie rodzaje kapitału traktowane są łącznie. Oznacza to, że z celami ekonomicznymi, jak: rentowność, zysk współgrać powinny z celami społecznymi, jak: potrzeby pracownicze, wartości kultury organizacyjnej, etyczne zachowania – uczciwość, przyzwoitość, sprawiedliwość i wreszcie z celami ekologicznymi, jak: oszczędność zasobów, ochrona środowiska naturalnego jako przestrzeni egzystencjonalnej człowieka.

Właściwe proporcje między trzema kapitałami pełnić powinny funkcję regulacyjną, pozwalającą przystosować się do świata społecznego w sposób twórczy, przekształcając otoczenie bez jego niszczenia. Raport Klubu Rzymskiego wskazuje na cztery rodzaje równowagi wzrostu fizyczne, środowiskowe, społeczne i naukowe.

Autorzy raportu uważali, że koszt wzrostu gospodarczego przewyższa osiągane dotąd korzyści, a przez to obniża, zamiast zwiększać skalę dobrobytu i jakości życia ludzi (por. [16]). W sukurs naukowym opracowaniom przychodzą normy jakości, ISO 9000 i EN 45001, które zapewniają nie tylko jakość produkcji, ale są także gwarantem społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa wobec konsumentów[1].

Z norm ISO wyłaniają się również kanony działania organizacji, wskazujące na model stosunków : technicznych, ekonomicznych, prawnych i społecznych oraz etycznych. Zakładają one określoną koncepcję antropologiczną – natury człowieka, więzi społecznych, celów i aktywności ludzkiej. Obejmują prawa pracownika, które odnoszą się do godności człowieka, angażując w sposób świadomy i dobrowolny kapitał ludzki wokół realizacji celów przedsiębiorstwa i porządkują ład gospodarczo-prawny w przedsiębiorstwie produkcyjnym. Przed-

[1] PN ISO 9002: 1998. Systemy jakości.

siębiorstwo opierające swą działalność na efektywnym systemie zarządzania jakością, wyzwala w pracownikach przedsiębiorczość, innowacyjność i inicjatywność, podnoszą ich podmiotowość i naturalne zaangażowanie w procesach produkcji.

Wyzwania stojące przed społecznie odpowiedzialnym przedsiębiorstwem dotyczą przede wszystkim przedsiębiorców i kadry zarządzającej, bowiem od ich systemu wartości i społecznej odpowiedzialności uzależnione jest właściwe kształtowanie środowiska społecznego, gospodarczego i politycznego.

Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorcy

W wolnorynkowej gospodarce przedsiębiorca „spełnia nie tylko (co jest oczywiste) ekonomiczną funkcję. W większym stopniu ciąży na nim odpowiedzialność moralna" (por. [13]).

Oczekiwania etyczne ukierunkowane przede wszystkim na współczesnych przedsiębiorców, których zadaniem jest podejmowanie wysiłku w zakresie społecznej odpowiedzialności ekonomicznej i klasyfikacji etycznej. Z powyższą zasadą współgrają T. Kotarbińskiego, który twierdził, że nawet nie wiedząc w wielu razach, co należy czynić, by postępować czcigodnie, a nie zachowywać się w sposób zasługujący na pogardę, można chcieć zachować skłonność do szukania dróg prawości i dobroci czynnej" (por. [11]). Słowa powyższe porządkują rolę przedsiębiorcy w organizacji, sprowadzając je do działania fair play, do prakseologii wobec:

1. przedsiębiorstwa, czyli zapewnienia przetrwania i rozwoju,
2. pracowników, czyli pewności pracy każdemu pracownikowi, odpowiednich (humanitarnych) warunków pracy, rozwijanie zdolności i umiejętności pracowników, tworzenie miejsc pracy, kształtowanie ducha przedsiębiorstwa,
3. dostawców i klientów, czyli : dotrzymywanie umów, informacje i porady dla partnerów, troska o etyczne zasady w relacjach z otoczeniem zewnętrznym,
4. konkurentów, czyli popieranie i inicjowanie pozytywnego współzawodnictwa w gospodarce, tworzenie wartości zasad pozytywnej wolności konkurencji,
5. społeczeństwa, czyli polepszenie jakości życia społeczności, troska o ochronę środowiska, kształtowanie społeczeństwa obywatelskiego poprzez otwarte zasady sprawiedliwości, solidarności i pomocniczości.
6. państwa, czyli wzorcowa współpraca z instytucjami publicznymi, wywiązywanie się z obowiązków wobec państwa (podatnik),

7. akcjonariuszy, dobre zarządzanie, sprawiedliwe wynagradzanie, obiektywne raportowanie[2].

Z przedstawionego schematu działań przedsiębiorcy najważniejsze są relacje z pracownikami. Chodzi tu o kierowanie nowych stylów pracy, życia i wzorów zachowań, tworząc nowe formy współpracy, uczestnictwa i partnerstwa, zabieganie o sprawiedliwość w stosunku pracy, o budowanie wspólnoty obywatelskiej. Obecnie wiadomo, że etyka odpowiedzialności społecznej, stała się etyką przedsiębiorczości, wskazującą na eksponowanie zaangażowania jako zobowiązania ambitnego i kulturalno-społecznego. Przedsiębiorca powinien tworzyć atmosferę działania, uwalniać moc zbiorowej inteligencji, skupiając wokół siebie nadzwyczajnych ludzi, ukierunkowując ich na sensowną pracę i motywując ich do nadzwyczajnych czynów poprzez jasne rozumowanie i podejmowanie dobrych decyzji. Grecy nazywali to *phronesis*, czyli roztropność, mądrość, zaradność. Wyzwania stawiane społecznie odpowiedzialnemu przedsiębiorcy są niezwykle ambitne, ale też skrajnie skomplikowane i ryzykowne w realizacji, bo wymaga od przedsiębiorcy uczciwości, by nie ulegał pokusie manipulacji.

Dlatego tak ważnym poradnikiem i narzędziem radzenia sobie w tych trudnych i odpowiedzialnych społecznie zasadach jest znajomość i wdrażanie kodeksów społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw. Jedną z inicjatyw jest Global Compact autorstwa Kofi Annana – sekretarza ONZ. Zaproponował on na Światowym Forum Biznesu w 1999 r. dziesięć zasad dotyczących :praw człowieka, warunków pracy, ochrony środowiska i walki z korupcją. Odwoływanie się do norm społecznej odpowiedzialności wymaga autentycznego zaangażowania organizacji i pracowników w proces ich wdrażania, wymaga refleksji nad przedmiotowym prawem i jego uzupełnianie oraz wypełnianie prawną odpowiedzialnością społeczną. W ty celu należałoby przeprowadzić audyt społeczno-etycznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa za pomocą Normy AA 1000 i dążyć do uzyskania certyfikatu Normy SA 8000, zawierającej standardy społecznej odpowiedzialności[3].

Zasygnalizowane dokumenty światowe uzupełniają europejskie dyrektywy zawarte w tzw. Karcie Społecznej Odpowiedzialności zalecając propagowanie i wdrażanie jakości i spójności działań na rzecz odpowiedzialnego biznesu poprzez:

— głęboką modyfikację urządzeń technicznych i technologii tworzącą przyjazne środowisko dla życia i pracy ludzi,
— kształtowanie etyki biznesu w symbiozie norm ISO jako drogi do nowoczesnego społeczeństwa postprzemysłowego,
— wdrażanie zintegrowanego zarządzania na wszystkich szczeblach organizacyjnych[4].

---

[2] Na podstawie badań autorów prac magisterskich GWSH w Katowicach. Badaniami objęto różne przedsiębiorstwa w województwie Śląskim. Biblioteka GWSH.

[3] Accountability 1000, The Instytute of Socjal and Accountability, London 1999.

[4] Dz.U. 1999, nr 8 poz. 67.

Kolejne dwa dokumenty Unii Europejskiej to: Księga biała i zielona. Biała pt. *European Goverwance* (zarządzanie w Europie) podnosi konieczność informowania opinii publicznej o działalności, kondycji ekonomicznej i rozwoju przedsiębiorstwa. Natomiast zielona pt. *Corporate Contribution to Sustainable Development* (odpowiedzialność społeczna przedsiębiorstw w zrównoważonym rozwoju) dotyczy ochrony konsumenta w Europie).

Społeczna odpowiedzialność jest wartością etyczną, dotyczy etyki odpowiedzialności, której autorem i wybitnym etykiem był Roman Ingarden. Twierdził, że każdy człowiek dokonuje wyboru wartości w konkretnych sytuacjach, za które staje się odpowiedzialny. Odpowiedzialność moralna pozwala na rozpoznanie sytuacji odpowiedzialności, według R. Ingardena są nimi :

— podejmowanie odpowiedzialności,
— odpowiedzialne działanie,
— ponoszenie odpowiedzialności,
— pociąganie do odpowiedzialności (por. [10]).

W świetle etyki odpowiedzialności rodzi się wiele problemów ważnych dla przedsiębiorcy, który musi brać odpowiedzialność za działania przedsiębiorstwa.

Z dotychczasowych rozważań wynika, że wszelki rozwój gospodarczy – sukces organizacji wywodzi się z twórczego ducha pracodawcy, który odkrywa nowe drogi, odkrywając przed pracownikami nowe możliwości poprzez nieustanne uczenie się i nauczanie innych. Najlepszy i odpowiedzialny przedsiębiorca to taki, który nie stawia murów, ale działa i podejmuje działania na wielką skalę, współpracując ze wszystkimi.

Umiejętność współpracy w dzisiejszej gospodarce jest podstawowym zadaniem w społecznej odpowiedzialności przedsiębiorcy. Współcześnie istnieje zapotrzebowanie na odpowiedzialnych społecznie przedsiębiorców i odpowiedzialne społecznie przedsiębiorstwa. Przedsiębiorca pracodawca kreuje zmiany i dąży do poznania nowych rzeczy *rerum novarum cupidus*, odrzucając zastany model *homo economicus*, kreując model *homo ambitionus*. Przedsiębiorczość należy do kategorii etycznych, ściśle związanych ze społeczną odpowiedzialnością. Etyczne postępowanie przedsiębiorcy wnosi szlachetność i konsolidację pracowników w działalność gospodarczą dla wspólnego dobra. I to jest kreacyjny charakter pracodawcy i organizacji, jak twierdzi P. Drucker kształtuje on przedsiębiorcze przedsiębiorstwo i przedsiębiorcze społeczeństwo (por. [6]).

Tworzenie nowego i lepszego świata to świadome i odpowiedzialne zaangażowanie się przedsiębiorców w dzieła, to wspólne przedsięwzięcia" w budowie lepszej przyszłości – mówił Jan Paweł II do Prezesów Europejskich Konferencji Przemysłowych. Działalność gospodarcza ma pełnić społeczną i moralna funkcję, wypływającą z niepomijalnej godności zaangażowanych pracowników i zasady pierwszeństwa osoby przed rzeczą (J.P.II, C. 32).

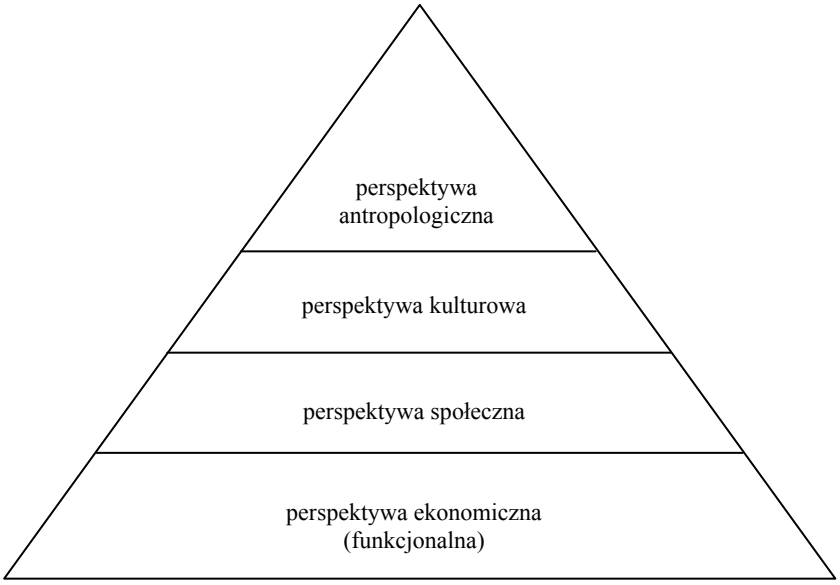
Analogiczny wzór roli przedsiębiorcy w społecznej odpowiedzialności wobec przedsiębiorstwa, powierzonego mu jako wspólnotę ludzi, prezentuje papież Benedykt XVI W encyklice *Caritas in Veritate*.

Twierdzi w niej, że zyski przedsiębiorstwa nie mogą być wyłączną własnością właściciela, gdyż w ten sposób redukuje się społeczny wymiar roli organizacji.

Przedsiębiorca jest odpowiedzialny za życie i wyniki pracy wszystkich powierzonych mu ludzi. W tę społeczną odpowiedzialność przedsiębiorcy wpisany jest rozwój, który ma znaczenie nie tylko zawodowe, ekonomiczne, ale nade wszystko ludzkie, bowiem dotyczy każdej pracy i postrzegany jest jako *actus personae*. Zdaniem Benedykta XVI rozwój jest niemożliwy bez ludzi fachowych pracodawców, ale także prawych i odpowiedzialnych, zorientowanych na uniwersalne wartości (B. XVI. CV. 40).

Dla urzeczywistnienia społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa potrzebny jest trójwymiarowy pracodawca posiadający wiedzę, charakter i wartości. Wiedza to świadomość, charakter to kreatywność, a wartości to zasady postępowania. Te trzy wymiary występować winny jednocześnie, co jest największym wyzwaniem, najtrudniejszym zadaniem do wykonania.

Społeczna i etyczna odpowiedzialność ma prowadzić działania ku harmonii, a nie dominacji nad pracownikami. Istotą przyjęcia nowego modelu mentalnego jest rozumienie i koordynowanie zasadniczych sfer społecznej odpowiedzialności: ekonomicznej, społecznej, antropologicznej i aksjologicznej. Można je przedstawić w postaci piramidy społecznej odpowiedzialności organizacji.



Rys. 2. Model społecznej odpowiedzialności organizacji.

Źródło: [12].

Powyższa konstrukcja modelu ma uzasadnienie na:

1. Poziomie ekonomicznym i społecznym – koncentracja związana jest z działaniami funkcjonalnymi, skutecznością i efektywnością.
2. Poziomie antropologicznym i kulturowym, skupionym na działaniach i normach etycznych. Poziomy te wyznaczają swoisty zakres procesu społecznej odpowiedzialności, wskazujący, że żaden model nie uwzględniający etycznych i społecznych wymiarów działalności gospodarczej nie osiągnie sukcesu.

Podsumowanie

Podsumowując, trzeba stwierdzić, że między działalnością przedsiębiorstwa, a jego społeczną odpowiedzialnością istnieją ścisłe zależności. Są one w teorii i praktyce płaszczyzną, na której rozgrywa się konflikt ekonomii z etyką. Wyzwolenie ludzi biznesu ze zniewolenia materializmu praktycznego i powrót do integralnego rozwoju gospodarczego to istotny problem współczesnego zarządzania przedsiębiorstwami.

Przytoczone w niniejszym artykule treści powinny kreować nowe oblicze organizacji i jej nową pozycję na rynku, w miejsce konkurencyjnej walki. Treści tego artykułu przestrzegają przedsiębiorców przed łatwością zdobywania zysków przy pomocy spekulacji i anarchii współczesnego, wolnego rynku, które prowadzą do chciwości i samowoli, niszcząc rozumność i gospodarność właścicieli.

Nowa ekonomia, która zaczyna krystalizować nowe założenia gospodarcze, nową filozofię ekonomiczną, stanowi właściwy moment podjęcia przez przedsiębiorcę społecznej odpowiedzialności za pracowników, przedsiębiorstwo, a także za nową postać kapitału społecznego.

Proces stawania się etycznym przedsiębiorstwem i społecznie odpowiedzialnym przedsiębiorcą polega na przyporządkowaniu dóbr materialnych nadrzędnemu celowi – osiągania doskonałości moralnej, czyli „posiadania" i „bycia", czyli bycia kimś więcej. Są to dwie formy ludzkiej egzystencji, są ideą, ale i dążeniem do zmiany systemu gospodarczego w świecie, jego wymiarów materialnych i duchowo-moralnych.

Literatura

[1] Adair J., *Anatomia biznesu*, wyd. Studio Emka, Warszawa 2001.
[2] Adamczyk J., *Odpowiedzialność społeczna w teorii i praktyce*, [w:] Nieswój R. (red.), *Zarządzanie przedsiębiorstwem XXI*, wyd. AE, Kraków 2002.

[3] Barcik A., *Etyka odpowiedzialności społecznej przedsiębiorców – moralność kapitału*, w Dudzik
[4] Bocheński J.M., *Logika i filozofia*, Wybór pism PWN, Warszawa 2005.
[5] Carroll A.B., *Busiess and socjety: Ethics and Stokoholder Management*, wyd. College Division – Western, Publishing co, Cnicinat, Ohio 1993.
[6] Drucker P., *Praktyka i Zarządzanie*, wyd. MT Biznes, 2005.
[7] Drucker P., *Zarządzanie w XXI wieku*, wyd. Muza, Warszawa 2000.
[8] Gasparski W., *Etyka biznesu – szkice do portretu*, [w:] Dietl J., Gasparski W., (red.), *Etyka biznesu*, PWN, Warszawa 2002.
[9] Goldsmith R., *Globalni liderzy – kolejna generacja*, wyd MT Biznes, Warszawa 2007.
[10] Ingarden R., *Książeczka o człowieku*, Kraków 1987.
[11] Kotarbiński T., *Wybór pism*, t. 1: *Myśl o działaniu*, PWN, Warszawa 1957.
[12] Krupa M., *Zarządzanie współczesną organizacją w perspektywie aksjologicznej*, „Prakseologia", nr 10/2003.
[13] Marx R.; *Kapitał*, *Mowa w obronie człowieka*, wyd. Homo Dei, Warszawa 2009.
[14] Quimet J.R., *Wszystko zostało nam powierzone, Autobiografia niezwykłego szefa przedsiębiorstwa*, wyd. AA, Kraków 2010.
[15] Rybak M., Etyka *menedżera, społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw*, PWN, Warszawa 2006.
[16] Stępień M., *Ekologiczny aspekt rachunku kosztów w przedsiębiorstwie przemysłowym*, F. Piontek (red.), *Ekonomia, a rozwój zrównoważony*, t. 1, Wyd. Ekonomia i Środowisko, Białystok 2001.
[17] Wieczorek M., *Program „solidarny partner" – rzetelność i odpowiedzialność w biznesie*, W. Gospodarski, Lewicka-Strzałecka A., *Etyka biznesu w zastosowaniach praktycznych*, wyd. CEB JfiS PAN, Warszawa 2002.
[18] Encykliki: Jan Paweł II, *Laborem exercens*, AA s. 73, 1981, Jan Paweł II, *Centesinuus annus*, „Więź" nr 5/2005, Benedykt XVI, *Caritas inveritate*, AA, 2009.

Social responsibility of an enterprise and an entrepreneur

Summary: There are close relationships between activities of an enterprise and its social responsibility. They are, in theory and in practice, the level on which economics battles with ethics. Liberation of business people from their enslavement to practical materialism and return to integral economic development is an essential issue of the contemporary business management.
Key words: social responsibility**,** economics battles with ethics