

R. Rogowski, *Uzasadnienia społecznej odpowiedzialności przedsiębiorcy*, w: K. Jaremczuk (red.), *Uwarunkowania przedsiębiorczości*, Wydawnictwo Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej im. prof. Stanisława Tarnowskiego w Tarnobrzegu, Tarnobrzeg 2004, s. 640-644.

**Robert Rogowski**

## **UZASADNIENIA SPOŁECZNEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI PRZEDSIĘBIORCY**

### **Wstęp**

Człowiek, będąc z natury istotą społeczną, nie jest samowystarczalny – zależy od pozostałych osób w społeczeństwie, zaczynając od najbliższych, od rodziny, a kończąc na społeczności państwowej, a nawet międzynarodowej. Tylko zbiorowe życie, współtworzenie kultury i korzystanie z niej, umożliwia pełne rozwinięcie się osoby ludzkiej. Działalność gospodarcza, jako jeden z przejawów kultury, stanowi współcześnie dominujący aspekt ludzkiej egzystencji<sup>1</sup>. Bez przetwarzania świata materialnego nie możliwe byłoby życie człowieka. Człowiek ze swą duchowo-somatyczną strukturą, wymaga zaspokojenia potrzeb zarówno uniwersalnych (wyżywienie, ciepło), jak i relatywnych (związanych z jego specyficzną sytuacją). Przewodzenie działalności gospodarczej okazuje się możliwe tylko w kontekście społecznym, poprzez współpracę z innymi osobami. Przedsiębiorca produkuje dobra i usługi dla innych osób ze swego otoczenia, z którymi wchodzi w relacje wymiany. Dzięki temu możliwe jest jego dalsze istnienie, jako podmiotu gospodarczego. Funkcjonowanie przedsiębiorstw w społeczeństwie oznacza, że nie mogą one zachowywać się w sposób dowolny – ciąży na nich powinność odpowiedniego postępowania i związana z nią odpowiedzialność. Odpowiedzialność ta wynika z faktu oddziaływania przedsiębiorstw na sytuację członków społeczeństwa - konkretnych osób, które posiadając godność osobową, muszą być podmiotem i celem całego życia społeczno-gospodarczego. Jako że nie ma osób lepszych i gorszych w sensie aksjologicznym, a zatem, mimo że dla przedsiębiorstwa pewne osoby mają wyższą wartość w sensie ekonomicznym, żadnej z nich nie mogą one traktować instrumentalnie.

F. Fukuyama zwraca uwagę na powszechne i mylne zarazem przekonanie, szerzone przez wielu ekonomistów, że ekonomia jest obszarem, który rządzi się własnymi prawami, niejako poza społeczeństwem. Wedle tego poglądu gospodarka stanowi sferę, do której człowiek

---

<sup>1</sup> Zob. F. Fukuyama, *Zaufanie. Kapitał społeczny a droga do dobrobytu*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa-Wrocław 1997, s. 16.

zwraca się jedynie w celu realizowania swoich egoistycznych pragnień, aby następnie wrócić do „prawdziwego” życia społecznego<sup>2</sup>. Faktem jest, że ludzie pracują by zaspokoić swe własne potrzeby, lecz w miejscu pracy funkcjonują właśnie w kontekście społecznym, współpracując, ucząc się, konkurując, nawiązując kontakty nie tylko o charakterze biznesowym.

Człowiek jest istotą moralną i potrafi odróżnić dobro od zła, a to nie zależy od pełnionej funkcji w społeczeństwie. Dlatego i przedsiębiorca nie może przed pójściem do pracy zostawić na boku swego człowieczeństwa, by prowadząc działalność gospodarczą kierować się jedynie kryteriami ekonomicznymi, nie zwracając uwagi na moralny wymiar swych decyzji. Przedsiębiorca jest odpowiedzialny za określone czyny przez które naruszył jakąś wartość moralną. Odpowiedzialny jest także za skutki czynu, czy też jego zaniechania<sup>3</sup>.

Należy zwrócić uwagę na używanie terminu „społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw”. Mówiąc o odpowiedzialności przedsiębiorstw, należy pamiętać, że stosowane jest tu uproszczenie, gdyż w ostateczności odpowiedzialność dotyczy zawsze konkretnych osób pracujących w przedsiębiorstwie<sup>4</sup>. Istotą moralną jest osoba ludzka, a nie organizacja. I jeżeli mówi się, że przedsiębiorstwo podejmuje decyzje, to w rzeczywistości są to akty konkretnych osób, które wpływają bądź na pracowników, bądź na konsumentów. W sytuacjach, kiedy decyzje podejmowane są kolektywnie, nie obciążają one w całości każdej osoby. Natomiast każdy człowiek, który współuczestniczy w czynieniu dobra bądź zła moralnego, ponosi współodpowiedzialność<sup>5</sup>. Zatem mówienie o społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw, jest skrótem myślowym, gdyż to konkretny człowiek jest odpowiedzialny za dany czyn<sup>6</sup>.

### **Obszary odpowiedzialności przedsiębiorstw**

Mówiąc o społecznej odpowiedzialności przedsiębiorcy można wskazać na kilka jej obszarów. Należą do nich odpowiedzialność ekonomiczna (utrzymywanie dodatniego wyniku ekonomicznego, jako warunek konieczny, by przedsiębiorstwo mogło funkcjonować), odpowiedzialność prawna (przestrzeganie stanowionego prawa), odpowiedzialność etyczna (postępowanie według norm moralnych, czyli sprawiedliwe i godziwe) i odpowiedzialność filantropij-

---

<sup>2</sup> Zob. tamże, s. 16.

<sup>3</sup> Zob. K. Sosenko, *Ekonomia w perspektywie aksjologicznej*, Wydawnictwo AE w Krakowie, Kraków 1998, s. 147.

<sup>4</sup> Por. F.J. Mazurek, *Godność osoby ludzkiej podstawą praw człowieka*, Redakcja Wydawnictw KUL, Lublin 2001, s. 420.

<sup>5</sup> Zob. A. Dylus, „Odpowiedzialność moralna przedsiębiorców”, *Asekuracja&Re*, nr 7, 2000, s. 26.

<sup>6</sup> Zob. M.G. Velasquez, „Dlaczego spółki nie są za nic moralnie odpowiedzialne?”, w: L.V. Ryan, J. Sójka (red.), *Etyka biznesu*, Wydawnictwo W drodze, Poznań 1997, s. 95-103.

na (troska o dobro wspólne przejawiająca się w działaniach na rzecz społeczeństwa w celu udzielenia pomocy, poprawy warunków życia itp.)<sup>7</sup>.

Inne rozróżnienie obszarów odpowiedzialności przedsiębiorcy może przebiegać według trzech płaszczyzn: płaszczyzny „mikro-„, (bezpośrednie, indywidualne relacje w stosunku do samego siebie – szacunek, rozwój integralny, w stosunku do innych – pracowników, kontrahentów, przełożonych i w stosunku do dóbr pozaosobowych – na przykład wobec środowiska naturalnego), płaszczyzny „meso-„, (dotyczy organizacji jednostek gospodarczych) i płaszczyzny „makro-„, (obejmuje problematykę organizacji systemu społeczno-gospodarczego, również w skali międzynarodowej)<sup>8</sup>. Wszystkie wymienione obszary należy traktować integralnie. Etyka gospodarcza, pytając o zakres odpowiedzialności przedsiębiorstwa i przedsiębiorcy wypracowała koncepcję *stakeholder*. Pojęcie to oznacza „wszystkich, których interesy lub prawa są w jakikolwiek sposób związane z działalnością danej firmy”<sup>9</sup> (mówi się o osobach żywo zainteresowanych), a więc będą to osoby pośrednio lub bezpośrednio objęte skutkami działania przedsiębiorstwa. Oznacza to, że nie mogą być one wykluczone spośród podmiotów, za które podejmowana jest odpowiedzialność moralna<sup>10</sup>.

### ***Uzasadnienia społecznej odpowiedzialności przedsiębiorcy***

Odpowiedzialność ekonomiczna przedsiębiorcy polega na zapewnieniu firmie jej funkcjonowania, a więc domaga się dbania o przynajmniej minimalny poziom zysku. W ten sposób właściciel jest wynagradzany za poniesione ryzyko, zaangażowany kapitał, pracę. Przetrawanie przedsiębiorstwa oznacza utrzymanie miejsc pracy, a dobre wyniki możliwość lepszego wynagradzania pracowników. Dzięki dodatniemu wynikowi ekonomicznemu, możliwy jest dalszy rozwój przedsiębiorstwa, przejawiający się na przykład w postaci nowych inwestycji. Zysk, który zbyt często kojarzony jest jedynie z nadużyciami i chciwym nastawieniem, jeżeli traktowany jest nie jako cel, a jako środek do przyczyniania się dla dobra wspólnego i osiąganym jest w sposób uczciwy, z poszanowaniem godności pracowników i respektowaniem ducha prawa, należy ocenić pozytywnie<sup>11</sup>. Zysk jest więc wskazany, ale nie jest wystarczającym i najważniejszym czynnikiem. Musi on służyć każdemu człowiekowi, nie tylko właścicielowi przedsiębiorstwa, ale i pracownikom, a nawet konsumentom.

---

<sup>7</sup> Zob. M. Rybak, „Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw”, w: M. Borkowska, J. Gałkowski, Etyka w biznesie, Towarzystwo Naukowe Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego, Lublin 2002, s. 67-69.

<sup>8</sup> Zob. A. Dylus, „Erozja standardów etycznych w biznesie”, w: J. Mariański (red.), Kondycja moralna społeczeństwa polskiego, Wydawnictwo WAM Polska Akademia Nauk, Kraków 2002, s. 273-287.

<sup>9</sup> A. Dylus, „Odpowiedzialność moralna przedsiębiorców”, *Asekuracja&Re*, nr 7, 2000, s. 27.

<sup>10</sup> Zob. A. Dylus, „Odpowiedzialność moralna przedsiębiorców”, *Asekuracja&Re*, nr 7, 2000, s. 27.

<sup>11</sup> Zob. Jan Paweł II, *Centesimus annus*, nr 35.

Odpowiedzialność prawna przedsiębiorcy oznacza, że postępuje on w granicach stanowionego prawa<sup>12</sup>. Zakładając, że regulacje prawne mają na celu służyć każdemu człowiekowi i ochronę jego praw naturalnych, a więc są instrumentem, który hamuje działania niemoralne, jak i reguluje życie społeczne, przestrzeganie prawa jest warunkiem zachowania porządku społecznego. Abstrahując więc od podstawy stanowionego prawa, i nie wnikając dokładnie w jego treść, należy wskazać, że celem prawa jest przede wszystkim ochrona praw człowieka i uporządkowanie życia społecznego w tych obszarach, które nie są regulowane szczegółowo i bezpośrednio w odczytywanych prawach człowieka. Prawo stanowione umożliwia jego egzekwowanie i powinno służyć dobru wspólnemu oraz ochronie każdej osoby ludzkiej<sup>13</sup>. Zatem przestrzeganie prawa przez przedsiębiorcę jest realizacją odpowiedzialności, przyczynia się do zachowania ładu społeczno-gospodarczego, a samo prawo działa również hamująco wobec tych, którzy tylko ze względu na sankcje, nie wykraczają poza ustanowione normy.

Odpowiedzialność etyczna przedsiębiorcy wynika z prostego faktu, że i on, jak każdy człowiek, jest istotą moralną. Każdy czyn świadomy i dobrowolny, posiada ładunek moralny i podlega ocenie etycznej. Dotyczy to również czynności podejmowanych w ramach życia gospodarczego. Dlatego działania, czy też zaniechania przedsiębiorcy są związane z odpowiedzialnością. Dotyczy to wszelkich relacji, zarówno wewnątrz przedsiębiorstwa (przede wszystkim będą to relacje pracownik-właściciel), jak i na styku przedsiębiorstwa z otoczeniem (relacje z dostawcami, konsumentami, społecznością lokalną, państwem). Brak odpowiedzialności etycznej oznaczałoby, że wartości ekonomiczne są traktowane jako ważniejsze od samego człowieka.

Odpowiedzialność filantropijna przedsiębiorcy stanowi wyjście poza zwykłą sprawiedliwość i ograniczania się jedynie do postępowania zgodnego z prawem. Przejawiać się może w angażowaniu przedsiębiorstwa w różne programy społeczne wspierające edukację, rozwój lokalny, instytucje charytatywne itp. Nawet jeśli intencje podejmowanych działań są natury pragmatycznej i mają jedynie na celu poprawę wizerunku organizacji, takie działania są pozy-

---

<sup>12</sup> Definicję prawa podaje F.J. Mazurek: „Prawo normuje stosunki społeczne między osobami ludzkimi, grupami społecznymi, stosunki między osobami a władzą państwową oraz stosunek osób do różnego rodzaju dóbr. Integruje ono grupy społeczne, wyznacza role społeczne, kontroluje działania, określa ustrój społeczno-gospodarczy; jest przeżywane przez podmioty jako roszczenie-powinność oraz jest pewnym typem wyrażenia językowego posiadającego określone znaczenie”, F.J. Mazurek, „Prawo naturalne podstawą stosunków społecznych”, *Roczniki Nauk Społecznych*, Tom XXI, Zeszyt 2 1973, s. 49.

<sup>13</sup> Zaznaczyć tu należy, że ustanowione prawo może być sprzeczne z prawem naturalnym. W takiej sytuacji pierwszeństwo ma prawo naturalne, które ma na celu ochronę każdej osoby ludzkiej. Niestety prawo stanowione, które powinno stać na straży sprawiedliwości, z racji procesu jego uchwalania może mieć niewiele wspólnego ze sprawiedliwością i troską o ochronę każdej osoby.

tywne. Przeznaczanie części środków finansowych, czy też inne wsparcie są konkretną pomocą dla konkretnych ludzi i stanowią wkład w realizację dobra wspólnego.

Dokładne przyjrzenie się wskazanym powyżej obszarom odpowiedzialności pozwala na znalezienie jednego fundamentalnego i wystarczającego uzasadnienia społecznej odpowiedzialności przedsiębiorcy. Okazuje się nim być konieczność szacunku dla każdej osoby ludzkiej, ze względu na posiadaną przez nią godność, która jest wartością wrodzoną, trwałą, niezbywalną i jednocześnie zobowiązującą<sup>14</sup>. Absolutna różnica aksjologiczna między osobami a wartościami materialnymi, domaga się traktowania każdej osoby jako punktu wyjścia i celu życia gospodarczego. Działalność przedsiębiorcy powinna być zatem podporządkowana człowiekowi, jego potrzebom, rozwojowi i doskonaleniu. Wyrazem tego będą uczciwe dążenie przedsiębiorcy do zysku, przestrzeganie prawa, postępowanie zgodne z normami etycznymi oraz działania dobroczynne. Wynika to z tego, że człowiek ze względu na posiadaną godność musi być chroniony we wszystkich obszarach życia. Dotyczy to zatem i życia gospodarczego.

#### LITERATURA

- Dylus A., „Erozja standardów etycznych w biznesie”, w: J. Mariański (red.), *Kondycja moralna społeczeństwa polskiego*, Wydawnictwo WAM Polska Akademia Nauk, Kraków 2002, s. 271-297.
- Dylus A., „Odpowiedzialność moralna przedsiębiorców”, *Asekuracja&Re*, nr 7, 2000.s. 26-27.
- Fukuyama F., *Zaufanie. Kapitał społeczny a droga do dobrobytu*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa-Wrocław 1997.
- Jan Paweł II, *Centesimus annus*.
- Mazurek F.J., „Godność osoby ludzkiej jako norma”, *Społeczeństwo. Studia, prace badawcze, dokumenty z zakresu nauki społecznej Kościoła*, 1995, s. 753-776.
- Mazurek F.J., „Prawo naturalne podstawą stosunków społecznych”, *Roczniki Nauk Społecznych*, Tom XXI, Zeszyt 2, 1973, s. 49-60.
- Mazurek F.J., *Godność osoby ludzkiej podstawą praw człowieka*, Redakcja Wydawnictw Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego, Lublin 2001.
- Rybak M., „Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw”, w: Borkowska M., Gałkowski J., *Etyka w biznesie*, Towarzystwo Naukowe Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego, Lublin 2002, s. 59-93.
- Sosenko K., *Ekonomia w perspektywie aksjologicznej*, Wydawnictwo AE w Krakowie, Kraków 1998.
- Velasquez M.G., „Dlaczego spółki nie są za nic moralnie odpowiedzialne?”, w: Ryan L.V., Sójka J. (red.), *Etyka biznesu*, Wydawnictwo W drodze, Poznań 1997, s. 127-152.

---

<sup>14</sup> Zob. F.J. Mazurek, „Godność osoby ludzkiej jako norma”, *Społeczeństwo. Studia, prace badawcze, dokumenty z zakresu nauki społecznej Kościoła*, 1995, s. 754.

## **STRESZCZENIE**

Życie gospodarcze w wymiarze społecznym polega na tworzeniu wzajemnych relacji. Człowiek, będąc istotą moralną, powinien postępować w sposób odpowiedzialny. Przedmiotem artykułu jest wskazanie na obszary społecznej odpowiedzialności przedsiębiorcy, jak i jej uzasadnienie. Fundamentalnym uzasadnieniem odpowiedzialności jest godność osoby ludzkiej.

## **SUMMARY**

Economic life in the social dimension relies on interactions. A human, as a moral creature, should behave in a responsible way. The subject of the article is to show the areas of social responsibility of the entrepreneur and to point out its justification. The fundamental justification is a human dignity.