

Prakseologiczne aspekty gospodarowania w ujęciu Wojciecha Gasparskiego

W trosce o fundamenty

Od kilkudziesięciu lat rozwija się na świecie dyscyplina zwana etyką biznesu. Z pewnością lepiej i poprawniej (z punktu widzenia norm języka polskiego) byłoby mówić o etyce gospodarowania, etyce życia gospodarczego lub etyce gospodarczej, niemniej wyrażenie to przyjęło się już w języku polskim i nie ma już sensu walczyć z „biznesem” jako słowem. Można powiedzieć, iż jest to odpowiednik znanego i brzmiącego niemal identycznie angielskiego terminu i w związku z tym najważniejszą kwestią jest jego sens, bez względu na obszar językowy. Co jednak rozumiemy pod tym pojęciem, co oznacza tak naprawdę „biznes”?

Dotykamy w ten sposób spraw fundamentalnych dla wszelkich rozważań z zakresu etyki gospodarczej, doktryny społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa czy też koncepcji nadzoru właścicielskiego (ang. corporate governance). W szczególności chodzić może o szeroko dyskutowany problem zysku i moralności, często sprowadzany do pytania o możliwości pogodzenia jednego z drugim, a tak naprawdę – jak sądzę – polegający na rozważeniu i nie zawsze słusznym odnoszeniu do siebie tych pojęć w ramach jednego dyskursu. Rozważania czysto techniczne bowiem nie wykluczają kwestii moralnych, lecz zwyczajnie od nich abstrahują.

Do tych fundamentalnych pytań powraca każdy, kto zajmuje się etyką gospodarczą. Czyniąc to – nie może nie zauważyć faktu, iż to właśnie Profesor Wojciech Gasparski, od wielu już lat, te podstawowe kwestie omawia, rozjaśnia i – jeżeli to jest w ogóle możliwe – rozstrzyga. Wielką zasługą Jubilata jest położenie fundamentów, z wielką troską o detale i precyzję wywodu, pod gmach, który nosi miano polskiej etyki biznesu. Wykorzystując dorobek prakseologii, której sam jest wybitnym przedstawicielem, opisując „rzeczywistość związaną z działaniem w kategoriach (...) ontologii sytuacji praktycznych”¹, docieka kwestii najistotniejszych dla etycznych rozważań nad gospodarką. Koncentrując się na człowieku działającym i jego otoczeniu unika pochopnego moralizatorstwa lub inspirowanej taką lub inną ideologią krytyki, a w zamian oferuje wywiedziony z pism Tadeusza Kotarbińskiego ideał

¹ Wojciech Gasparski, Wykłady z etyki biznesu. Nowa edycja. Wydawnictwo Wyższej Szkoły Przedsiębiorczości i Zarządzania im. Leona Koźmińskiego, Warszawa 2004, s. 43

racjonalizacji. „Jest to czynienie postępu w eliminowaniu złego sądzenia, w pozyskiwaniu wiedzy o faktach i zależnościach, projektowaniu (planowaniu) przyszłego toku działań opartego na wiedzy, a nie na fikcji.”²

W efekcie otrzymujemy wizję etyki, która pozwala dążyć do doskonałości w wymiarze czysto praktycznym. Ideały oderwane od praktyki gospodarowanie pozostaną tylko ideałami. Ideały rozumiane prakseologicznie mają szansę na stanie się częścią etosu środowisk gospodarczych. Swoje rozumienie etyki gospodarczej naszkicował Wojciech Gasparski w sposób następujący: „Nawiązując do pojęcia ‘małej filozofii’ Tadeusza Kotarbińskiego, można powiedzieć, że rozumiana w powyższy sposób etyka biznesu jest ‘małą etyką gospodarowania’. Małą, bo nie aspirującą do tworzenia Arkadii życia gospodarczego, małą, bo realistycznie dążącą do cywilizacji biznesu, tj. jego profesjonalizacji. A nie można być profesjonalistą bez przestrzegania norm zawodu, zarówno tych prakseologicznych (tj. technicznych w sensie Espinasowej *technologie generale*), jak i tych, które z ludzi zawodu czynią grono koleżeńskie w rzetelnym tego słowa znaczeniu, tj. standardów etycznych.”³

Tym fundamentalnym dla etyki biznesu kwestiom, obecnym w wielu pracach Jubilata, chciałbym poświęcić ten okolicznościowy tekst. Nie sposób omówić całości dorobku Profesora w dziedzinie etyki gospodarowania w jednym artykule. Skupię się zatem na podstawowym dla tej dziedziny pojęciu biznesu.

Co jest celem biznesu?

Z każdym razem, gdy chcemy gospodarowanie ograniczyć do kwestii technicznych, odzywają się głosy: a co z wartościami, dlaczego nie mówi się o tym, czemu to wszystko, „cały ten biznes”, ma służyć? Wojciech Gasparski odwoływał się wielokrotnie do rozróżnienia Józefa Marii Bocheńskiego celu immanentnego i celu transcendentnego (*finis operis* i *finis operantis*). Cel pierwszy nie pozostawia wyboru podmiotowi podejmującemu pewien typ działań. Narzuca określony sposób postępowania i konieczność spełnienia szeregu wymogów technicznych, czy też lepiej, prakseologicznych. Przedsiębiorca musi gospodarować efektywnie, osiągać zyski oferując właściwy produkt lub usługę, dbając o majątek przedsiębiorstwa oraz wynagradzając zatrudnionych pracowników. Zyski z kolei mogą być wykorzystywane przez właściciela lub właścicieli firmy dla osiągnięcia różnych celów transcendentnych

² ibidem, s. 203; zob. także W. Gasparski, *Filozofia praktyczna Tadeusza Kotarbińskiego*. „Projektowanie i Systemu” tom. XI, 1990 oraz tenże, *Filozofia Tadeusza Kotarbińskiego filozofią praktyczności*. W: W. Gasparski, A. Strzałecki (red.), *Logika, praktyka, etyka: Przesłania filozofii Tadeusza Kotarbińskiego*. Towarzystwo Naukowe Prakseologii, Warszawa 1991

³ ibidem, s. 46

w stosunku do „czystej” działalności produkcyjnej lub usługowej. To w tej drugiej sferze możliwa jest realizacji określonych wartości moralnych. J.M. Bocheński przywołuje przykład mycia samochodu jako celu immanentnego, który oczywiście można wybrać lub nie, lecz kiedy już decyzja zostanie podjęta sam proces mycia musi przebiegać zgodnie z zasadami sztuki. Celem transcendentnym myjącego może być chęć sprzedaży auta lub imponowanie czystym samochodem ważnej dla kierowcy osobie.⁴

To rozumowanie filozofa prowadzi Wojciecha Gasparskiego do oddzielania dwóch porządków myślenia o działalności gospodarczej: w kategoriach technicznych (immanentnych) oraz w kategoriach społecznego użytku czynionego z bogactwa, które służy przecież wielu celom transcendentnym. Z sympatią odnosi się więc do tych koncepcji etyki biznesu, które są bliskie jego zapatrywaniom. Przytacza poglądy Elizabeth Vallance, dla której fundamentalnym dla etyki gospodarczej jest pytanie o cel biznesu. Autorka stwierdza w pewnym momencie, iż zadawanie tego rodzaju pytań nie jest zwyczajnym ćwiczeniem semantycznym, lecz mającym wpływ na decyzje menedżerów wyróżnieniem cech konstytutywnych działalności gospodarczej.⁵ Przy okazji prezentowania poglądów E. Vallance wykorzystuje raz jeszcze rozróżnienie J. M. Bocheńskiego by stwierdzić:

„Produktem biznesu jest *własność właścicielska* maksymalizowana w dłuższym przedziale czasu, a więc wytwarzanie bogactwa, co stanowi cel immanentny biznesu. Natomiast podział bogactwa wytworzonego należy już do innego przedziału działania niż działalność gospodarcza i to z nim wiąże się zagadnienie rozpatrywane pod nazwą ‘społecznej odpowiedzialności’. Jest to jednak nie tyle społeczna odpowiedzialność biznesu jako takiego, który jest podmiotem celu immanentnego, lecz społeczna odpowiedzialność podmiotu celu transcendentnego.”⁶

Prakseologiczne nachylenie Wojciech Gasparski odnajduje także w pracy Elaine Sternberg „Czysty biznes”, którą rekomendował polskiemu wydawcy i do której napisał przedmowę.⁷ Na koncepcję E. Sternberg rzeczywiście warto zwrócić szczególną uwagę, gdyż pewne podstawowe dla etyki biznesu kwestie postawione są tutaj szczególnie wyraziście.

⁴ Józef Maria Bocheński, Przyczynek do filozofii przedsiębiorstwa przemysłowego. W: tenże, Logika i filozofia, PWN, Warszawa 1993, s. 180; za W. Gasparski, Wykłady z etyki biznesu. Op. cit., s. 232

⁵ Elizabeth Vallance, Business Ethics at Work, Cambridge University Press, Cambridge 1995, s. 27, za: W. Gasparski, Wykłady z etyki biznesu. Op. cit. s. 229; zob. także Elizabeth Vallance, Never the twain? Ethics and economics in Eastern and Western Europe. W: J. Mahoney, E. Vallance (red.), Business Ethics in a New Europe. Kluwer Academic Publishers, Dordrecht 1992, s. 42 - 43

⁶ W. Gasparski, Wykłady z etyki biznesu. Op. cit., s. 232, (podkreślenie kursywą moje – J. S.); zob. też. E. Vallance, Business Ethics at Work, Cambridge University Press, Cambridge 1995, s. 26 - 29

⁷ Wojciech Gasparski, Słowo wstępne. W: Elaine Sternberg, Czysty biznes. Etyka biznesu w działaniu. Tłum. P. Łuków, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1998, s. 9 - 12

Maksymalizowanie wartości właścicielskiej

Podręczniki etyki biznesu przyjmują najczęściej znaczenie słowa biznes jako coś oczywistego, inne określenie na transakcje gospodarcze, przedsiębiorczość, prowadzenie firmy. Wyróżnia się na tym tle Elaine Sternberg, która zaproponowała bardzo precyzyjną definicję biznesu, dzięki czemu jej koncepcja etyki nabiera wyjątkowej spójności i precyzji. Twierdzi ona, iż bez wyraźnego odróżnienia biznesu od innych typów działalności (innych organizacji) trudno mówić o tym, co jest dobre (co jest dobrem) w biznesie i dla biznesu. Często uważa się, iż biznes to całość życia gospodarczego. Sternberg nie zgadza się na taką szeroką formułę. Biznes, jej zdaniem, musi mieć swoje granice, bowiem jest jedynie pewnym aspektem życia, zarówno jednostkowego (przedsiębiorca), jak i zbiorowego (specyficzny typ organizacji lub działalności).⁸

„Celem definiującym biznes jest maksymalizacja wartości dla właściciela w długim okresie przez sprzedaż towarów lub usług.”⁹ Tak brzmi kluczowa definicja zaproponowana przez autorkę. Sprzedaż może oznaczać tu również wypożyczenie lub leasing, a zatem rozumiana musi być szeroko. Ujmując to jeszcze bardziej skrótowo, powiedzieć można, iż celem biznesu jest maksymalizowanie wartości właścicielskiej. Za Wojciechem Gasparskim piszę „właścicielska” a nie „właściciela” (lub „dla właściciela”, jak chciał tłumacz), bowiem problem interesu właściciela, jego tożsamości i tzw. nadzoru właścicielskiego współcześnie komplikuje się poważnie, na co wskazywali już Berle i Means w latach trzydziestych ubiegłego stulecia. Niemniej wciąż można mówić o wartości „właścicielskiej” (analogicznie do „nadzoru właścicielskiego”), bowiem nie zakłada to obecności i bezpośredniego wpływu dających się za każdym razem zidentyfikować osobowo właścicieli.

Jest to szersza formuła od „maksymalizowania zysku”, jednakże Sternberg zdaje sobie sprawę, iż dla wielu jest ona za wąska. Chcieliby oni widzieć biznes bardzo szeroko jako działalność pełniącą wiele funkcji społecznych i będącą lekarstwem na wiele bolączek współczesnego świata. Gdyby jednak pojęcie biznesu miało być tak bardzo pojemne, traciłoby swoją treść i stawało się pojęciem rozmytym. A zatem to logika zmusza nas do precyzji, nie zaś chęć zajęcia stanowiska w debatach ideologicznych. Po prostu przypisanie biznesowi wielu różnych celów społecznych pozbawiałoby pojęcie „biznesu” sensu. Oczywiście oczekuje się od przedsiębiorstw działalności dobroczynnej, zaś państwo nakłada na nie obowiązek pobierania i odprowadzania podatku VAT,

⁸ E. Sternberg, op. cit. s. 49

⁹ ibidem, s. 50

ale te działania nie definiują przecież czysto komercyjnej („biznesowej”) działalności.¹⁰

A zatem wprawdzie w obrębie jednej firmy wszystko się ze wszystkim zająbia, możliwe jest pojęciowe wyróżnienie czysto komercyjnych funkcji i to w rozbiciu na poszczególne linie produktów. Wspomina Sternberg o koncepcji „linii biznesu” (*line of business*). Inną nazwą jest strategiczna jednostka biznesu tak jak pojawia się ona w koncepcji macierzy BCG. Chodzi tutaj o rozdzielne traktowanie poszczególnych aktywności firmy, porównywanie ich rentowności i formułowanie zaleceń na przyszłość.¹¹ Sternberg wspomina jeszcze o takich procesach jak *reengineering* czy *total quality management*, których podstawą jest wyróżnianie poszczególnych aktywności w ramach organizacji i podporządkowywanie ich celom głównym. Sprowadza się to do pojęciowej pracy wydobywającej czysto komercyjny aspekt wielu różnych działań. Często zakrawa to na paradoks lub grę słów, niemniej chodzi o poważną analityczną pracę. Celem biznesu nie jest tworzenie dóbr publicznych, aczkolwiek to właśnie gospodarka jest ich najczęstszym źródłem. Niemniej ich przysparzanie społeczeństwu nie jest cechą definiującą działalność czysto komercyjną. To właśnie odróżnia biznes od medycyny lub szkolnictwa.¹²

Ten typ rozumowania jest często obiektem ataków bardziej „społecznie” nastawionych teoretyków i publicystów. Przypisują oni biznesowi właśnie pewne powinności w zakresie działalności na rzecz dobra wspólnego. Definiowanie biznesu w kategoriach czysto komercyjnych nie jest jednak zwykłym zaprzeczeniem lub odrzuceniem tych powinności, lecz zaproponowaniem bardziej precyzyjnego rozumowania. Firmy służą społeczeństwu, lecz nie to jest ich celem (immanentnym). Można powiedzieć nawet, iż im bardziej skupiają się na celach komercyjnych, tym lepiej służą dobru wspólnemu. Z kolei służyć celom społecznym wcale nie musi przynosić społecznych korzyści zgodnie z przysłowiem, iż „dobrymi intencjami piekło jest wybrukowane”. A zatem nie chodzi o odgradzanie biznesu od społeczeństwa (i odwrotnie), lecz jedynie o zdefiniowanie czysto komercyjnej (biznesowej) funkcji firmy.¹³

Mówiąc obrazowo, w duchu Adama Smitha, piekarz nie piecze chleba aby nakarmić ludzi. Piecze bowiem jest to jego „zajęciem” czysto komercyjnym, zarobkowym. Z chwilą ustania popytu na jego wypieki, nie żadnego obowiązku nakarmić stojących przed piekarnią ludzi – głodnych i najczęściej bez grosza w

¹⁰ ibidem, s. 51 - 52

¹¹ zob. np. J.A.F. Stoner, R.E. Freeman, D.R. Gilbert, Jr., Kierowanie. Tłum. A. Ehrlich, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 1997, s. 270

¹² E. Sternberg, op. cit. s. 53 - 54

¹³ zob. Wojciech Gasparski, Etyka biznesu – szkice do portretu. W: J. Dietl, W. Gasparski, Etyka biznesu. Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1997, s. 19 - 20

kieszeni. Z pewnością wielu z piekarzy to zrobiliby, tak jak i dzisiaj wielu oddaje nie sprzedane pieczywo do domów opieki społecznej lub sierocińców. (Pojawił się nawet poważny problem, czy powinni odprowadzić podatek VAT od rozdanej w ten sposób ilości pieczywa.) Niemniej piekarz jako człowiek interesu (biznesmen) nie ma innej powinności, aniżeli maksymalizowanie własnej wartości. Człowiek interesu zachowuje się „interesownie”. Z chwilą ustania popytu, powinien szukać innych rynków. Piekarz jako człowiek, może robić co mu się żywnie podoba, ale nie ma to żadnego znaczenia dla definicji biznesu.

Inaczej sprawa ma się z profesją, np. lekarską. Gdy zasłabnie ktoś w miejscu publicznym pytanie, które można natychmiast usłyszeć brzmi „Czy jest tutaj lekarz?”. Jego obowiązkiem jako przedstawiciela profesji jest udzielenie pierwszej pomocy „bezinteresownie”. Wynika to ze społecznie przyjętej definicji profesji. Lekarz udziela pomocy, gdyż jest lekarzem. Piekarz piecze i sprzedaje chleb, gdyż na taki rodzaj działalności komercyjnej zdecydował się. Gdy nie może już oczekiwać rentowności całego przedsięwzięcia, jego zobowiązania wobec tego właśnie profilu działalności gospodarczej kończą się.

Tutaj dochodzimy do kluczowej kwestii dla zrozumienia proponowanej przez Wojciecha Gasparskiego „małej etyki gospodarowania”. Miałaby ona prowadzić do profesjonalizacji biznesu. Czy oznacza to, iż biznes miałby być profesją? Jeżeli czytamy, iż biznes to „przedsięwzięcie komercyjne, profesja lub handel podejmowane w celu osiągnięcia zysku poprzez dostarczenie produktu lub usługi”¹⁴, to należy podejrzewać, iż termin „profesja” użyty został w bardzo szerokim sensie, jako rodzaj „zajęcia” (jeden z sensów terminu „business”), aktywności zawodowej, a nie profesji w sensie zasadniczym (o czym za chwilę). Uważam bowiem, iż biznes nie jest profesją, aczkolwiek – paradoksalnie – możliwa jest jego profesjonalizacja. Wojciech Gasparski – jak sądzę – ten właśnie proces miał na myśli.

Odmówienie biznesowi prawa do bycia profesją, co jest nieomal równoznaczne z twierdzeniem, iż głównym celem nie jest służyć dobru wspólnemu, nie jest jednak pochwałą skrajnej prywaty, lecz jedynie precyzyjnym określeniem charakteru działalności komercyjnej. Działalności, o której przecież wiemy, iż ostatecznie przyczynia się walnie do dobrobytu całego społeczeństwa. Nie to jest jednak jej cechą definiującą.

Nie jest celem biznesu – na przykład – dawanie zatrudnienia, aczkolwiek to właśnie biznes to zatrudnienie daje. I to w o wiele większym stopniu, aniżeli inne sektory. Oczekujemy zatem, iż wzrost gospodarczy przysporzy

¹⁴ Dictionary of Business Terms. J. P. Friedman (red.), Barron's, Nowy Jork 1987, s. 66

społeczeństwu miejsc pracy, a jednocześnie musimy uznać, iż nie to jest celem przedsięwzięć komercyjnych. Stąd łatwo sobie wyobrazić sytuację, w której zastępuje się siłę roboczą robotami gdy tylko staje się to bardziej opłacalne. Zatrudnienie nie definiuje biznesu. Podobnie nie jest celem biznesu służyć interesom klientów, menedżerów czy też wspólnoty lokalnej. Wprawdzie tak się najczęściej dzieje, niemniej nie to definiuje biznes.¹⁵ Jakkolwiek paradoksalnie nie brzmiałoby to stwierdzenie, tak właśnie jest.

Prakseologiczne rozumienie biznesu

Dlaczego ważne jest w miarę precyzyjne określenie czym jest biznes? Z tego prostego powodu, iż nie da się określić zadań i natury etyki biznesu bez ustalenia do czego owa etyka miałyby się odnosić, do jakiego typu ludzkiej aktywności.

Tym, co łączy koncepcje J.M. Bocheńskiego, E. Vallance i E. Sternberg – uważa Wojciech Gasparski – jest fakt, iż ujmują biznes na sposób prakseologiczny. Charakterystycznymi cechami prac Vallance i Sternberg jest także to, iż obie w tytule bądź w podtytule odwołują się do pojęcia działania: *Business Ethics at Work – Business Ethics in Action*. „Konsekwencją tego stanowiska jest wyznaczenie dla etyki biznesu zadania równie wyraźnie zakreślonego, jak klarownie zakreślony jest cel (immanentny) biznesu. Otóż etyka biznesu jest ściśle związana z podejmowaniem decyzji gospodarczych, z codziennym postępowaniem, związanym z uprawianiem tej działalności, a więc wypełnianiem tego, czego się od biznesu oczekuje, tj. osiągnięcia jego celu.”¹⁶

Ktoś mógłby zapytać jednak, czy prakseologiczne, w sumie techniczne rozumienie działalności gospodarczej nie stanowi przeszkody w rozwijaniu teorii etycznych odniesionych do życia gospodarczego. Czy nie sprowadza się do zasady „*the business of business is business*”? A zatem czy nie wyjmuje tego typu działalności spod jurysdykcji etycznej? Nie sądzę, aby tak było. Obowiązki zasad moralnych nie zostaje tu zakwestionowane. Jedyną rzeczą, którą się tutaj głosi, jest solidne i rzeczowe określenie tego, czym działalność gospodarcza jest w swojej istocie. Nie zrozumiemy bowiem nigdy dylematów ludzi biznesu, jeżeli pominiemy ich powinności czysto prakseologiczne.

¹⁵ E. Sternberg, op. cit., s. 54

¹⁶ W. Gasparski, Wykłady z etyki biznesu. Op. cit., s. 232 – 233; zob. też tenże, *Praxiology and Ethics: The Business Ethics Case*. W: W. Gasparski, L. V. Ryan, *Human action in business. Praxiological and ethical dimensions*. Transactions Publishers, New Brunswick 1996

Oczywiście powinności te prezentowane są przez przywoływanych tu autorów w sposób modelowy i odnoszą się do abstrakcyjnego biznesu. Rzeczywistość natomiast zaskakuje nas zawsze bogactwem zależności i skomplikowaniem kontekstu. Mamy bowiem do czynienia z decyzjami menedżerów i przedsiębiorców podejmowanymi w konkretnych sytuacjach, często zupełnie „niemodelowych”. Historycznym już przykładem było funkcjonowanie firm w RPA, której system prawny zmuszał menedżerów do przestrzegania zasady apartheidu. Zwykła decyzja gospodarcza przestawała być elementem „biznesu jak zwykle” (*business as usual*), a stawała się sprawą polityczną (amerykańska firma toleruje rasizm) oraz moralną (za granicą stosuje standardy sprzeczne z podstawowymi zasadami etyki Zachodu). Model dotyczy decyzji analizowanych w ramach abstrakcyjnego biznesu. W rzeczywistości mamy do czynienia ze społecznością menedżerów i przedsiębiorców, którzy czują się pewną wspólnotą i aspirują do posiadania nie tylko określonej wiedzy fachowej, lecz także pewnych standardów moralnych (nawet jeśli nazywaliby je inaczej).

„Mała etyka gospodarowania” – jak pisał Wojciech Gasparski – dąży do „cywilizacji biznesu, tj. jego profesjonalizacji”¹⁷ Powrócić chciałbym na koniec do kwestii, w jakim sensie można mówić o tym, iż przedsiębiorca upodabnia się do lekarza lub inżyniera? Co oznaczać może profesjonalizacja gospodarowania?

Przedsiębiorca, o którym pisał jeszcze Adam Smith, z pewnością nie profesjonalistą w takim sensie, w którym jest nim lekarz. Ten ostatni przyswoił sobie określony z góry zasób wiedzy i posiadał unikalne umiejętności, składając przysięgę Hipokratesa zgodził się na pełnienie pewnej misji społecznej i dzięki temu rytuałowi został członkiem profesji, co na całe życie odróżnia go od innych ludzi.¹⁸ W biznesie natomiast nie może być żadnej sztywnej granicy między pracownikami najemnymi a przedsiębiorcami. Wręcz przeciwnie: chodzi o to, aby jak najszybciej i jak najprościej każdy człowiek mógł założyć własną firmę. Przyrost ilości małych firm świadczy o rozwoju całej gospodarki.

Oprócz drobnych przedsiębiorców mamy jednak menedżerów dużych firmy, które obracają sumami porównywalnymi często z rocznymi budżetami małych państw i od których zależą zarobki i losy często setek tysięcy ludzi. Menedżerowie ci odpowiadają za powierzone im aktywa ogromnej wartości. Aby sprostać tym zadaniom muszą posiadać specjalistyczne wykształcenie (uzupełniane na bieżąco) oraz zdawać sobie sprawę z wpływu, który mają ich decyzje na losy całych społeczności. Odpowiedzialność, która na nich spoczywa i potrzeba uświadamiania sobie tej odpowiedzialności upodobnia ich do

¹⁷ zob. przypis nr 3

¹⁸ To oczywiście bardzo skrótowa charakterystyka pojęcia profesji. Szerzej pisze o tym np. Jack N. Behrman, *Essays on Ethics in Business and the Professions*. Prentice Hall, Englewood Cliffs, New Jersey 1988, s. 97 - 98

przedstawicieli profesji. Cała doktryna społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR) opiera się nie tyle na zakwestionowaniu gospodarczych celów przedsiębiorstwa, ile na apelu do środowiska menedżerów wielkich (a coraz częściej także średnich i małych) firm, aby poczuli się do przynależności do grupy społecznej, której standardy moralne muszą być ponadprzeciętne i która powinna zdawać sobie sprawę ze swojej misji społecznej.

Tak rozumiem ideał budowania cywilizacji biznesu, tworzenia etosu środowisk gospodarczych, ideał profesjonalizacji zarządzania, który opisywał Wojciech Gasparski. Faktem godnym podkreślenia jest to, iż nie tylko ideał ten nakreślił, lecz także od wielu już lat niestrudzenie ideał ten stara się wcielać w życie pełniąc swoją profesorską misję. Nie bez znaczenia jest też to, iż swoje koncepcje etyczne buduje na solidnym fundamencie prakseologicznego rozumienia procesu gospodarowania.

Jacek Sójka
Zakład Etyki Gospodarczej
Wydział Nauk Społecznych UAM