

VII Konferencja dla Budownictwa, 14-15.04.2015

POD PATRONATEM KOMISJI INFRASTRUKTURY SEJMU RP

PARTNER KONFERENCJI



O słusznym lecz rzadkich aktach heroizmu moralnego w obliczu powszechnej polskiej nieodpowiedzialności.

Czyli dlaczego zasady etyki w biznesie pozostają u nas na poziomie deklaracji?

Prof. ALK dr hab. Bolesław Rok¹

Pytania o etykę w biznesie są stawiane coraz częściej. I coraz częściej słyszymy, że właśnie etyki w biznesie w Polsce brakuje. Mówiąc dokładniej: brakuje jej innym. Bo przecież kiedy mówimy np. o naruszaniu zasad uczciwej konkurencji, to przede wszystkim dajemy przykłady tych innych, którzy są źli, chciwi, nieuczciwi lub przekupni.

Na poziomie deklaracji można usłyszeć różne zapewnienia, zarówno od właścicieli, jak i przedstawicieli kadry kierowniczej, dotyczące konieczności przestrzegania zasad etyki, ale gdy przychodzi do konkretów, to bieżące priorytety zwykle są ważniejsze. Jak powiedział znany autor Thomas Friedman: „Ludzie nie zmieniają się wtedy, gdy im się mówi że powinni, ale wtedy, gdy kontekst w jakim się znaleźli zmusza ich do tego”. Czy zatem znaleźliśmy się już w biznesie pod ścianą? Jak możemy przeciwstawić się nieetycznym praktykom na rynku, na którym działamy?

Etyka w biznesie jest w Polsce często traktowana jako zagrożenie. Strach przed dobrowolnym wprowadzaniem zasad etyki w biznesową codzienność jest w zasadzie strachem przed zmianami, szczególnie w zestawieniu z tym wszystkim, co dzieje się wokół. Chętnie mówimy, że my w Polsce najpierw musimy osiągnąć wysoki stopień rozwoju, a dopiero później będziemy martwić się o etykę. Tę mantrę powtarzamy od dwudziestu pięciu lat, podczas gdy świat, warunki prowadzenia biznesu, a także sama nauka o zarządzaniu i ekonomia uległy już radykalnym zmianom.

Jako klienci spotykamy wielu sprzedawców, którzy namawiają nas do zakupu, zapewniając o różnych walorach danej usługi, czy produktu, a później przekonujemy się, że niestety to w dużej części nieprawda. To może dotyczyć np. produktów finansowych, jak również usług telefonicznych, czy super-ekologicznej farby lub modnych butów sprzedawanych po wyjątkowo atrakcyjnej cenie w sklepie internetowym. Pewnie jeszcze nieraz usłyszymy o wielkich oszustwach i tysiącach oszukanych klientów w Polsce przez nieuczciwą firmę. Najczęściej nic w obliczu oszustwa nie robimy i – co więcej - jesteśmy przekonani, że sami sobie jesteśmy winni. Zresztą dziennikarze i opiniotwórcy ekonomiści tłumaczą nam, że na tym właśnie polega wolny rynek, że musimy czytać dokładnie umowy, że musimy weryfikować sprzedawców, że to konsumenci powinni mieć się na baczności (caveat emptor).

Więc może jednak etyka w biznesie to fikcja? Choć wszyscy jej potrzebują, każdy uchyla się jak może. Wprawdzie czasem słyszymy o słusznym lecz rzadkim akcie heroizmu moralnego w obliczu powszechnego braku zasad etyki w biznesie, ale jednocześnie każdy też potrafi głosić takie mądrości: „Etyka w biznesie jest dobra tylko dla naiwnych”, „Etyka zmusza do ograniczeń, podczas gdy nam chodzi o zwiększanie wartości spółki i możliwości rozwoju”, „Biznes i etyka nie mają – i nie powinny mieć - ze sobą nic wspólnego, gdyż celem biznesu jest zysk, a celem etyki jest przeszkadzanie w tym”, „W biznesie trzeba zręcznie kombinować, żeby nie wypaść z gry”, „Ludzie zrobią wszystko aby tylko jak najwięcej zarobić”.

Czy zatem przedsiębiorcy powinni dostosowywać się do panujących warunków gry rynkowej i przyjmować, że „wszystkie chwytły dozwolone”? Czy na tym ma polegać wolny rynek? Czy podstawowa zasada przeżycia w biznesie jest taka, że „jeśli wejdiesz między wrony, musisz krakać jak i one”? Jak możemy przeciwstawić się nieetycznym praktykom na rynku, na którym działamy?

Te pytania prowadzą do innego – bardzo poważnego - pytania: Czy rzeczywiście musimy poświęcać coś z naszych wartości, aby realizować ważne cele biznesowe? U podstaw tego pytania można doszukać się amerykańskich dyskusji sprzed lat, dotyczących tego, czy dobre uczynki prowadzą do dobrych wyników lub - mówiąc inaczej - czy etyczne postępowanie jest opłacalne. To popularne sformułowanie było rozbudowywane o kolejne „kontrowersyjne” pytania, np. czy złe uczynki też mogą prowadzić do dobrych wyników finansowych, albo przynajmniej, czy dobre uczynki



LEWIATAN

Związek Pracodawców - Producentów Materiałów dla Budownictwa
ul. Zbyszka Cybulskiego 3, 00-727 Warszawa

tel.: 22 55 99 900, faks: 22 55 99 910 | www.dlabudownictwa.pl | KRS 0000132980, Regon: 015274510, NIP: 526-26-66-317

VII Konferencja dla Budownictwa, 14-15.04.2015

POD PATRONATEM KOMISJI INFRASTRUKTURY SEJMU RP

PARTNER KONFERENCJI

ZWIĄZEK PRACODAWCÓW
PRODUCENTÓW MATERIAŁÓW
Dla Budownictwa



POLSKI ZWIĄZEK
PRACODAWCÓW BUDOWNICTWA



OGÓLNOPOLSKA
IZBA GOSPODARCZA
DRÓGOWNICTWA



PKP
PKP POLSKIE LINIE KOLEJOWE S.A.

Zarządca narodowej sieci linii kolejowych



Instytut
Badawczy
Dróg i Mostów



ZWIĄZEK BANKÓW POLSKICH

70
LAT
Instytut Techniki Budowlanej
razem ku przyszłości



prowadzą do lepszych wyników finansowych niż złe uczynki? Zazwyczaj przyjmowano – zgodnie ze starą tradycją protestancką – że etyczne postępowanie na dłuższą metę zawsze się opłaca.

Ale właśnie na naszym konkurencyjnym rynku w Polsce okazuje się, że sprzedawcy etyczni przegrywają z tymi nieetycznymi. I w dodatku ci pierwsi nic nie mogą zrobić. Czy rzeczywiście? Może tak już się zagalopowaliśmy w tym neoliberalnym myśleniu o wolnym rynku, że zapomnieliśmy, że to jednak państwo powinno ingerować w rynek i skutecznie – oraz szybko - eliminować z rynku nieuczciwe podmioty. Zamiast apelowania do wszystkich, należy odwołać się do właściwych instytucji kontrolnych. Bo przecież zgodnie z treścią art. 17 ustawy o swobodzie działalności gospodarczej, każdy przedsiębiorca powinien wykonywać działalność gospodarczą na zasadach uczciwej konkurencji i poszanowania dobrych obyczajów oraz słusznym interesów konsumentów. Jeżeli nie będziemy odwoływać się do podstawowych przepisów prawa, to utoniemy w morzu oszustw. I już nikt nikomu nie będzie ufał. Ale co zrobić z zaufaniem do państwa, a właściwie z brakiem tego zaufania?

To jasne, że o etyce w biznesie dyskutuje się trudno. Przede wszystkim dlatego, że to temat bardzo rozległy i trzeba odnieść się do konkretnych, czasem drażliwych, przykładów z życia danej firmy, czy wręcz z życia konkretnych osób w tej firmie. Złe zachowania ludzi w organizacjach nie są spowodowane tym, że ludzie z natury nie są etyczni, lecz tym, że kadra kierownicza zbyt małą wagę przywiązuje do doskonalenia kultury organizacyjnej. W złej firmie nawet najbardziej etyczni ludzie z czasem zaczynają „błądzić”. W dobrej firmie, nawet ci najmniej wrażliwi etycznie, stają się lepsi lub przynajmniej są pod kontrolą. Etyka to proces doskonalenia, taki sam jak każdy inny proces zarządczy. Możemy uczyć się na błędach swoich i cudzych. Do tego potrzebne są spotkania, szkolenia, konferencje – normalny proces uczenia się.

ⁱ Prof. ALK dr hab. Bolesław Rok

Dyrektor Centrum Etyki Biznesu i Innowacji Społecznych Akademii Leona Koźmińskiego. Dyrektor naukowy studiów podyplomowych „CSR. Strategia odpowiedzialnego biznesu”, wykładowca etyki biznesu na studiach MBA. Od trzydziestu lat związany z biznesem, doradca w zakresie etyki i odpowiedzialności biznesu. Współautor corocznego Rankingu Odpowiedzialnych Firm, współzałożyciel Forum Odpowiedzialnego Biznesu, koordynator merytoryczny Rady Programowej UN Global Compact Polska.



LEWIATAN

Związek Pracodawców - Producentów Materiałów dla Budownictwa
ul. Zbyszka Cybulskiego 3, 00-727 Warszawa

tel.: 22 55 99 900, faks: 22 55 99 910 | www.dlabudownictwa.pl | KRS 0000132980, Regon: 015274510, NIP: 526-26-66-317