

Katarzyna Guczalska

CSR i Milton Friedman.
Opowieść wigilijna i zły kapitalista

1. Wprowadzenie

W niniejszym tekście staram się podważyć kilka mitów związanych z rzekomym stanowiskiem Milтона Friedmana wobec CSR (*corporate social responsibility*). Podejmuję się również obrony argumentu Friedmana przeciwko społecznej odpowiedzialności biznesu¹. Celem moich rozważań nie jest wszechstronne przedstawienie poglądów autora *Wolnego wyboru* ani obrona neoliberalizmu jako takiego. Interesuje mnie konfrontacja poglądów Friedmana ze zwolennikami CSR. Zwracam uwagę na fakt, iż idea CSR zyskała popularność jako model biznesu przyjęty w sposób dobrowolny, choć deklaracja ta budzi szereg zastrzeżeń (omawiam je w tekście). Intrygujący jest budzący zdziwienie fakt: gdyby stosowanie CSR uznać za działanie rzeczywiście w pełni dobrowolne, to nie kto inny, jak Friedman powinien zostać uznany za zwolennika i klasyka CSR, a nie za jego głównego adwersarza. W artykule zwracam uwagę na definicję CSR z *Zielonej Księgi*. Definicja ta jest bowiem – zaskakując zapewne zwolenników CSR – literalnym wcieleniem w życie zasad głoszonych przez Friedmana. Staram się pokazać, że CSR został wypromowany jako idea godna wsparcia przez przeciwstawienie się takiemu modelowi biznesu, w którym – i tu pejoratywne określenie – dąży się „wyłącznie do zysku”, przez co w biznesie nie ma miejsca dla zasad etycznych. Staram się zakwestionować to przekonanie, jak również mniemanie, że dążenie do zysku łączy się na

¹ Chodzi o zwrot: „the business of business is business”. „Koronnym argumentem przeciwników CSR jest argument, który w potocznym brzmieniu przyjmuje następującą postać: ‘właściwym biznesem biznesu jest biznes’”; J. Filek, *Společna odpowiedzialność biznesu. Tylko moda, czy nowy model prowadzenia działalności gospodarczej?*, Kraków 2006, s. 9.

mocy jakiejś *quasi*-konieczności z brakiem moralności czy chciwością. Pokazuję, że CSR funkcjonuje jako idea jednoznacznie pozytywna, co udało się osiągnąć m.in. dzięki skontrastowaniu CSR ze „złym” Friedmanem i „złym” wolnym rynkiem. Przeciwstawiam się takiemu schematycznemu i upraszczającemu podziałowi. Polemizuję również z powierzchownymi i wypaczającymi stanowisko Friedmana interpretacjami. Postuluję, aby o poglądach Friedmana mówić jako o teorii, w której obecna jest etyka, odpowiedzialność oraz troska o innych. Można się z poglądami Friedmana nie zgadzać i poddawać je rewizji. Nie można jednak twierdzić, że postuluje on istnienie biznesu, w którym neguje się czy lekceważy wartości etyczne. Podobnie jest w przypadku zobowiązań wobec wspólnoty, które – pragnę to podkreślić – nie są przez Friedmana zanegowane. Są to jednak zobowiązania przyjęte w sposób *dobrowolny*. Friedman zawarł swoje główne argumenty przeciwko społecznej odpowiedzialności biznesu w tekście z 1970 r.: *The Social Responsibility of Business Is to Increase Its Profits*. Z głoszonymi tu tezami warto się zapoznać, ponieważ dają one możliwość głębszego wniknięcia w sens i rzeczywiste funkcjonowanie zarządzania korporacją opartego na CSR. Można oczywiście z góry postawić zarzut, że tekst Friedmana „to nic nowego”, jednak – jak zobaczymy – argumenty i język Friedmana nie zostały przez niektórych zwolenników CSR nawet poprawnie zrozumiane. Na zakończenie artykułu, prezentuję własne stanowisko w kwestii fundamentów, na których powinien opierać się odpowiedzialny biznes. W tym celu uciekam się do przesłania zawartego w *Opowieści wigilijnej* Karola Dickensa. Zakładam, że terminologia stosowana w kontekście zagadnienia CSR jest na tyle znana, że nie trzeba jej drobiazgowo tłumaczyć. Wyjątek czynię w tym miejscu jedynie w stosunku do terminu „interesariusz”².

² Pisząc o CSR, nie sposób nie uciec się do tzw. koncepcji interesariuszy – teoretycznego fundamentu CSR, związanego głównie z nazwiskiem R. E. Freemana. Koncepcja ta ma swoje źródło w pojęciu *stakeholder*, które można przetłumaczyć na język polski jako „udziałowiec zewnętrzny”, „osoba żywo interesowana”, bądź – w sposób najbardziej niejasny – jako „interesariusz”. Termin *stakeholder* został użyty po raz pierwszy w 1963 roku (Stanford Research Institute). R. E. Freeman stosuje ją od roku 1979 (Friedman pisze swój tekst w 1970 r.). „Pojęcie osób żywo interesowanych (*stakeholders*) stanowi uogólnienie pojęcia udziałowców (*stockholders*), wobec których firma ma określone zobowiązania”. W. M. Evan, R. E. Freeman, *Spółka i osoby żywo interesowane. Kapitalizm kantowski*, w: *Etyka biznesu. Z klasyki współczesnej myśli amerykańskiej*, L.V. Ryan, J. Sójka

2. Co to jest CSR?

Co kryje się pod pojęciem „społecznej odpowiedzialności biznesu”? Istnieje wiele definicji i prób określenia przedmiotu CSR. Oto przykładowy dyskurs na temat tej idei:

W ramach CSR każde przedsiębiorstwo może angażować się społecznie, aby kształtować kapitał społeczny, doskonalić system zarządzania, aby budować kapitał organizacyjny, wdrażać innowacyjne rozwiązania na rzecz wspólnego dobra, aby stwarzać szanse rozwoju [...]. Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa, czy też odpowiedzialne prowadzenie biznesu, to proces poznawania i włączania zmieniających się oczekiwań społecznych w strategię zarządzania, a także monitorowania wpływu takiej strategii na konkurencyjność firmy³.

Definicje CSR przedstawiają tę ideę zazwyczaj w sposób jednostronnie pozytywny i nazbyt ogólnikowy. Bierze się to stąd, że sam termin zawiera w sobie pozytywne wartościowanie. Opiera się bowiem na słowie „odpowiedzialność”. Samo zatem pojęcie: „społeczna odpowiedzialność biznesu”, kieruje myślenie automatycznie w stronę pozytywnej i pożądanej zmiany społecznej.

Zwolennicy CSR widzą w tej idei potencjał uetycznienia biznesu, natomiast przeciwnicy zachowują w tym względzie rezerwę. Która strona sporu ma rację? Odpowiedź na to pytanie nie jest prosta. W sensie retorycznym, większy nacisk na etykę w przestrzeni gospodarczej kładą zwolennicy CSR. Posługiwanie się chwytliwą retoryką nie przesądza jednak o słuszności głoszonych poglądów. Stosowanie narzędzi CSR może prowadzić do nadużyć etycznych, na które w świecie biznesu nie ma zgody⁴. W analizie sporu Friedman/CSR wiele zależy od tego, jak zinterpretujemy poglądy Friedmana oraz co rozumiemy pod hasłem „społecznej odpowiedzialności biznesu”. Można zaryzykować stwierdzenie, że w realizacji konkretnych projektów społecznych współpraca między zwolennikami i przeciwnikami CSR jest możliwa, jeśli jednak chodzi o *principia* – zgody nie ma.

(red.), Poznań: Wydawnictwo „W drodze” 1997, s. 194. Zob. też R. E. Freeman, *Strategic Management: A Stakeholder Approach*, Boston: Pitman 1984.

³ B. Rok, *Społeczna odpowiedzialność biznesu*, w: *Biznes, etyka, odpowiedzialność*, Warszawa: PWN 2012, s. 424.

⁴ Do negatywnych etycznie skutków stosowania CSR zaliczam zjawisko *greenwashing*, *moral hazard*, korupcję, ograniczania fuzji i przejęć, osłabienie instytucji własności prywatnej – zwłaszcza w spółkach z rozproszonym akcjonariatem, instrumentalizację etyki.

CSR stanowi współcześnie ważny element zarządzania i strategii firmy pragnącej osiągnąć sukces finansowy. Która firma chciałaby zostać uznana za podmiot nieodpowiedzialny? Który biznesmen chciałby zostać określony mianem nieodpowiedzialnego? Czy można w ogóle być przeciwnikiem CSR? Trudno uznać się za przeciwnika CSR w sytuacji, w której idea ta zaczyna oznaczać w biznesie wszystko, co dobre. Większość przykładowych narzędzi CSR wdrażanych w przedsiębiorstwie spotyka się raczej z przychylną aprobatą⁵. Można jednak prowokacyjnie zapytać, czy osoba, która z jakichś powodów nie popiera idei CSR, z definicji nie może wspierać w firmie rozwoju osobistego pracowników, nie może poprawiać relacji z klientami, nie może być osobą odpowiedzialną? Konstatacja ta brzmi absurdalnie i wskazuje na to, że obiegowe definicje CSR są zbyt ogólnikowe, zbyt rozległe i zbyt pozytywne (wszyscy muszą im przyklasnąć), dlatego nie tłumaczą precyzyjnie tego, czym w istocie jest CSR.

Powszechnie przyjmowana klasyfikacja opracowana przez W. C. Fredericka, uświadamia, że nie ma jednego CSR. Autor ten wyróżnia CSR1, CSR2 oraz CSR3⁶. Friedman ostrze swojej krytyki kieruje przeciwko społecznej odpowiedzialności rozumianej jako CSR2, a zatem przeciwko tej postaci CSR, która przyjęła formę menedżerską, to znaczy formę konkretnego, mierzalnego działania na rzecz rozwiązywania problemów społecznych. Dlaczego Friedman został przeciwnikiem tego modelu CSR? Ponieważ broni odpowiedzialności kadry kierowniczej przed właścicielami/akcjonariuszami i (z nieco szerszego punktu widzenia) prawa właścicieli do decydowania o swojej własności. CSR jest dla niego zobowiązaniem, w ramach którego *wbrew woli* właścicieli firm menedżerowie wdrażają w życie projekty społeczne. Friedman jest tymczasem obrońcą takiej formy *odpowiedzialnego* biznesu, w ramach którego kadra kierownicza firmy jest *odpowiedzialna* za swoje działania wobec właścicieli. Zasadniczą zatem kwestią, której dotyczy spór

⁵ Narzędzia te to m. in.: poprawa relacji z klientami, współpraca z organizacjami charytatywnymi, szkolenia wspierające rozwój osobisty, eko-znakowanie produktów, ograniczanie eksploatacji taniej siły roboczej, wdrażanie kodeksów etycznych, ograniczenie zanieczyszczenia środowiska, odpowiedzialność wobec podmiotów nie zaangażowanych wprost w działalność przedsiębiorstwa itd.

⁶ W. C. Frederick, „Theories of Corporate Social Performance”, w: S. P. Sethi, C. M. Falbe, *Business and Society: Dimensions of Conflict and Cooperation*, Lexington: Lexington Books 1987, s. 144-156 i D. Stanny, www.kul.pl/files/57/wf/informator_filozofia_2009.pdf.

o CSR jest władza i walka o interesy we współczesnej korporacji. O CSR należy zatem mówić nie tylko jako doktrynie uszlachetniającej biznes, lecz również jako o narzędziu *ograniczającym* odpowiedzialność przed akcjonariuszami⁷, narzędziu *ograniczającym* fuzję i przejęcia przedsiębiorstw⁸; narzędziu, które w określonych warunkach *ogranicza* „prawa właścicielskie do minimum”⁹. Elaine Sternberg twierdzi, że pod hasłem CSR skrywają się głównie interesy kadry kierowniczej:

Część najgłośniejszych zwolenników teorii interesariuszy to właśnie osoby, które najbardziej mogą zyskać na unikaniu odpowiedzialności: członkowie kierownictwa przedsiębiorstw. Zastępując niejasnym pojęciem „równoważenia interesów” mierzalny standard wyników finansowych, teoria stron zainteresowanych daje członkom kierownictw przedsiębiorstw wolność dążenia do celów osobistych¹⁰.

Artykuł Friedmana stał się negatywnym punktem odniesienia dla zwolenników CSR z wielu powodów, m.in. dlatego, że jest on „dzieckiem swego czasu” i powstał w okresie, gdy amerykańskie firmy zaczęły eksperymentować z CSR także dla poklasku, dla możliwości brylowania przez menedżerów w towarzystwie wyższych sfer. „Uszlachetnianie biznesu” należy tu rozumieć wręcz dosłownie, ponieważ biznesmeni odpowiednio zasłużeni dla społeczności mogli na

⁷ CSR to nowa koncepcja ładu korporacyjnego, w którym kadra kierownicza ponosi odpowiedzialność wobec wszystkich interesariuszy. W praktyce chodzi o utworzenie: „doradczego zarządu udziałowców zewnętrznych, który przygotowałby statut wyszczególniający, w jaki sposób organizacja ma traktować roszczenia każdego udziałowca”. W. M. Evan, R. E. Freeman, *Teoria nowoczesnej korporacji oparta na koncepcji «udziałowców zewnętrznych»: kapitalizm kantowski*, w: G. D. Chryssides, J. H. Kaler, *Wprowadzenie do etyki biznesu*, Warszawa: PWN 1999, s. 277.

⁸ Jeśli dochodzi do fuzji, czy przejęcia, menedżerowie źle zarządzający firmą mogą stracić pracę. Aby temu zapobiec, będą się oni starali nie dopuścić do fuzji, czy przyjęcia, pod hasłami odpowiedzialnego biznesu, który np. chroni interesy lokalnej społeczności. Działania menedżerów są sprzeczne z interesami akcjonariuszy, ponieważ mechanizm fuzji czy przejęcia, daje nadzieje na uratowanie ich wkładu pieniężnego. B. Klimczak pisze: „Pojawiają się [...] wątpliwości etyczne dotyczące równych szans, sprawiedliwej dystrybucji i odpowiedzialności menedżerów za obowiązki należytego zarządzania przedsiębiorstwami”. B. Klimczak, *Fuzje i przejęcia – analiza etyczna*, w: *Biznes, etyka, odpowiedzialność*, W. Gasparski (red.), Warszawa: PWN 2012, s. 199.

⁹ D. Stanny, *CSR a obecny kryzys finansowy*, w: *Moralny wymiar kryzysu ekonomicznego*, J. Filek (red.), Kraków: 2010, s. 151.

¹⁰ E. Sternberg, *Czysty biznes. Etyka biznesu w działaniu*, przeł. P. Łuków, Warszawa: PWN 1998, s. 70.

przykład w Wielkiej Brytanii liczyć na otrzymanie tytułu szlacheckiego. W pewnym zatem sensie Friedman jest również krytykiem koniunkturalnego wymiaru CSR (oczywiście nie tylko).

Friedman pisze o społecznej odpowiedzialności biznesu w następujący sposób:

Co oznacza stwierdzenie, że dyrektor korporacji ponosi „społeczną odpowiedzialność” jako biznesmen? Jeśli nie jest to stwierdzenie czysto retoryczne, to musi oznaczać, że ma on działać w jakiś sposób, który nie jest zgodny z interesami jego pracodawców¹¹.

W kontekście powyższej wypowiedzi nasuwa się szereg pytań. Czy pracodawca może pozwolić, aby osoby przez niego zatrudnione działały niezgodnie z jego wolą i interesem? Kto jest „mocodawcą” w nowoczesnej korporacji? Czy posiadanie własności nie oznacza posiadania *władzy* nad własnością? Elżbieta Domańska tłumaczy:

Wielkie przedsiębiorstwo [...] stanowi własność płynnej grupy posiadaczy akcji, a kierowane jest przez kadre otrzymujących uposażenia menedżerów¹².

Akcyjna, korporacyjna, forma własności sprawiała, że wskazanie właściciela-pracodawcy nie jest już takie proste, zaś szczególna rola w działaniu korporacji przypada nie akcjonariuszom, lecz grupie kierowniczej. Fenomen CSR jest zatem częścią szerszego zjawiska, a mianowicie zmiany, która dokonała się w ramach kapitalizmu już pod koniec XIX wieku, zwłaszcza w Stanach Zjednoczonych. Zmianą tą jest przejście od kapitalizmu tradycyjnego do kapitalizmu menedżerskiego. Kapitalizm menedżerski oparty jest na własności prywatnej, jednak zmienia się w nim centrum zarządzania: siła ciężkości przenosi się z właścicieli/akcjonariuszy na menedżerów. W jego ramach następuje przeniesienie władzy z właścicieli na osoby zarządzające firmą. Indywidualna własność pojawia się bowiem w korporacji w postaci akcji – jest to zatem własność rozproszona na mniejsze lub większe udziały poszczególnych akcjonariuszy. Mogą one znajdować się w rękach milionów ludzi lub w rękach jakiejś mniejszej grupy (np. rodziny – wtedy własność nie jest rozproszona). W kontekście krytyki CSR ważne jest zatem to, że w kapitalizmie menedżerskim przedsiębiorca nie jest za-

¹¹ M. Friedman, *Społeczna odpowiedzialność biznesu to zwiększanie zysków*, przeł. H. Simbierowicz, Z. Wiankowska-Ładyka, w: *Wprowadzenie do etyki biznesu*, G. D. Chryssides, John H. Kaler, Warszawa: PWN 1999, s. 261.

¹² E. Domańska, *Kapitalizm menedżerski*, Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Ekonomiczne 1986, s. 23.

zwyczaj właścicielem zarządzającym własną firmą. W kapitalizmie menedżerskim mamy do czynienia z rozdziałem funkcji posiadania od funkcji zarządzania.

3. Friedman – zwolennik dobrowolnego stosowania CSR!

Przyjrzyjmy się formule CSR, która wydaje się być wiążąca i powszechnie przyjmowana w Unii Europejskiej. Jest to formuła, wypracowana przez Komisję Europejską w 2001 roku, znana jako *Green Paper* (*Zielona Księga*). W ujęciu tej definicji CSR to:

koncepcja, wedle której przedsiębiorstwa dobrowolnie decydują się działać na rzecz lepszego społeczeństwa i czystszej środowiska¹³.

Zaprezentowana tutaj definicja jest sprzeczna z nazwą „społeczna odpowiedzialność biznesu”. „Odpowiedzialność”, czy „zobowiązanie”, to nie są bynajmniej rzeczy całkowicie dobrowolne. I tak jest właśnie w przypadku CSR: ideę tę przedstawia się jako coś dobrowolnego, a jednocześnie rozumie się pod nią zobowiązanie, czy wręcz obowiązek moralny. Gdyby wdrażanie narzędzi CSR było rzeczywiście działaniem dobrowolnym, to zwolennicy i przeciwnicy mogliby w zasadzie zakończyć dyskusję na ten temat – zwolennicy wdrażaliby preferowany przez siebie model zarządzania w życie, a przeciwnicy nie. Jednak właśnie pomimo istnienia wolnego wyboru, a może właśnie ze względu na niego (chodzi o misję: przekonanie wątpiących) – dyskusja trwa nadal, jest gorąca, pełna emocji i nie wydaje się dobiegać końca. Dzieje się tak dlatego, ponieważ – powtórzmy – idea CSR jest prezentowana jako dobrowolna, a jednocześnie jest lansowana jako droga bezalternatywna, jako wybór najbardziej optymalnego podejścia do zrównoważonego rozwoju gospodarczego. Publikacje ją promujące stanowią wspólny front czegoś, co można nazwać „misją cywilizacyjną”. Czymś, co może tutaj skłaniać do krytyki, jest nie tylko treść, lecz i forma tejże misji cywilizacyjnej. Przybrała ona bowiem postać masowego wysypu publikacji różnego rodzaju broszur, raportów i stron internetowych odpowiedzialnego biznesu. Wątpliwości nasuwają się tu zarówno w związku z charakterem, jak i ilością tego typu analiz. Nie mają one *stricte* naukowego charakteru – są raczej folderami reklamowymi firm i CSR.

¹³ *Green Paper. Promoting a European framework for Corporate Social Responsibility*, Commission of the European Communities, Brussels: 2001.

Istotne jest tu zatem zarówno pytanie o poziom, jak i koszt tych przedsięwzięć – a są one często finansowane przez Unię Europejską. Co o tych wydatkach sądzą podatnicy? Czy nie lepiej przeznaczać pieniądze na rozwiązywanie konkretnych problemów społecznych? Do tego przecież wzywa CSR. Trudno jednak podnieść w stosunku do CSR jakiś zarzut... Jeśli ktoś odważy się wyłamać z szeregu zwolenników, to albo osoba taka znajduje się w gronie błędzących, albo brak jej „rozumienia złożoności koncepcji społecznej odpowiedzialności”, albo „koncentruje się ona wyłącznie na założeniach przez siebie przyjmowanych”¹⁴, itp. A przecież, jeśli idea CSR jest dobrowolna, to – zgodnie z tym założeniem – wolne podmioty mają pełne prawo ją odrzucić. Dlaczego zatem nie można odrzucić CSR bez narażenia się na uzyskanie niechlubnego określenia osoby niekompetentnej, lub „promotora nieetycznego biznesu”?

Powstaje również inne pytanie: jeśli doktryna CSR zostanie zdefiniowana tak jak to zostało zrobione w *Zielonej Księdze*, to czy znajdzie się ktoś, kto opowie się przeciwko niej? Można zaryzykować stwierdzenie, że przeciwko będą ci, którzy rzekomo *dobrowolnie* mają zapłacić za wdrażanie tej idei w życie. Pominąwszy jednak aspekt dobrowolności oraz kosztów realizacji nowego modelu zarządzania, pojawia się wątpliwość, czy znajdziemy w ogóle kogoś, kto byłby przeciwnikiem „lepszego społeczeństwa i czystszej środowiska”? Wydaje się, że nie. Jeśli chcemy dowiedzieć się czym jest CSR i ograniczymy się jedynie do stwierdzeń z *Zielonej Księgi*, to – po pierwsze – nie dowiemy się czym jest CSR, a po drugie, to, czego się o nim dowiemy, będzie ograniczone wyłącznie do tego, co pozytywne. „Działania na rzecz lepszego społeczeństwa i czystszej środowiska” to bardzo ogólnikowe określenia pozytywnego kierunku zmian społecznych, pobożne życzenia, rodzaj manifestu, któremu chętnie wszyscy przyklasną. Entuzjazmu mogą nie okazać jedynie ci, którzy będą musieli za realizację idei płacić, chyba że – uwaga – faktycznie będą to mogli robić dobrowolnie (a to jest właśnie stanowisko Friedmana). Zapewnie, w wielu przypadkach wdrożą oni narzędzia CSR – zwłaszcza kiedy im się to będzie w takiej czy innej formie opłacało. Podobnie, jeśli powiemy, że CSR to idea, w ramach której firma dba o zysk finansowy, a jednocześnie cel

¹⁴ Za R. Broomhill, B. Rok, *Innowacyjne modele biznesowe u podstaw piramidy jako nowy wymiar społecznej odpowiedzialności*, w: *Moralny wymiar kryzysu ekonomicznego*, Kraków 2010, s. 287.

ten próbuje godzić z ochroną środowiska i innymi pro-społecznymi działaniami¹⁵ – wtedy również idea wyda się raczej pozytywna i godna wsparcia. Problem powstaje jednak wtedy, gdy postulaty te okażą się sprzeczne: kto w takim przypadku zdecyduje, któremu postulatowi przyznajemy w konkretnych przypadkach priorytet¹⁶?

W definicji zaprezentowanej w *Zielonej Księdze* mowa jest o dobrowolności, a Friedman jest zwolennikiem wszelkich działań zgodnych z prawem i opartych na dobrowolności. Noblista przypomina pewien oczywisty fakt: dana grupa osób może powołać do życia firmę, która – w zależności od woli właścicieli – może stawiać przed sobą najróżniejsze cele – również te o charakterze etycznym, czy społecznym. Jako że właściciele decydują o swojej własności, mogą oni zdecydować, że celem korporacji jest dążenie do zysku, albo, przeciwnie, mogą oni zdecydować, że celem korporacji jest przekazywanie pieniędzy na cele charytatywne. Prawo do *decydowania o swojej własności jest główną ideą*, którą Friedman głosi, postulując doktrynę „czynienia dobra na swój własny koszt”¹⁷. Nie jest on zatem przeciwnikiem koncepcji, w ramach której właściciele korporacji zdecydowali o podzieleniu się dochodami z wszystkimi podmiotami, z którymi zechcieli się podzielić. Co jest nieetycznego w przyjęciu takiego stanowiska? Aby podział owoców pracy był podziałem etycznym, trzeba zapytać w jaki sposób do niego dochodzi. Czy odbywa się on na drodze kradzieży? presji? przymusu? Podział etyczny to podział przejrzysty i dobrowolny – i za takim podziałem opowiada się Milton Friedman. Jego zdaniem, każdy człowiek może:

przyjąć na siebie dobrowolnie odpowiedzialność wobec swojej rodziny, przed swoim sumieniem, odpowiedzialność wiążącą się z uczuciem miłosierdzia, zobowiązania wobec swojego Kościoła, klubu, miasta, wreszcie kraju¹⁸.

Zaskakując może zwolenników CSR, należy zatem podkreślić, że Milton Friedman opowiada się za *dobrowolnym* stosowaniem idei CSR.

¹⁵ A. Lewicka-Strzałecka, *Odpowiedzialność moralna w życiu gospodarczym*, Warszawa: IFiS PAN 2006, s. 16 i 17.

¹⁶ Problem ten analizuje m.in. Michael J. Jensen, *Value Maximization, Stakeholder Theory, and the Corporate Objective Function*, <http://www.chinadinghui.com/doc/306.pdf>.

¹⁷ M. Friedman, *Społeczna odpowiedzialność biznesu to zwiększanie zysków...*, s. 263.

¹⁸ M. Friedman, *Społeczna odpowiedzialność biznesu to zwiększanie zysków...*, s. 261.

Ściśle rzecz biorąc – „opowiada się” za wprowadzeniem w życie definicji CSR, którą znamy z *Zielonej Księgi*. Wizja Friedmana jest wręcz *literalnym wcieleniem* tej właśnie koncepcji CSR, to znaczy *czynieniem dobra z wolnej i nieprzymuszonej woli*. Jest tak dlatego, ponieważ w świecie liberalnym można być tym, kim się chce być: egoistą, altruistą, św. Mikołajem, albo dobrą wróżką. Friedman tak właśnie twierdzi: o ile właściciele tak zdecydują – mogą wdrażać w życie narzędzia CSR. Wolność i szacunek dla instytucji własności prywatnej są dla niego tymi fundamentami, na których należy budować dobre praktyki i uczciwość w biznesie. Mówiąc o tym, że pracodawca jest w korporacji mocodawcą, Friedman sprzeciwia się temu, by zatrudnieni w korporacji menedżerowie, stosując CSR, czy *jakikolwiek inne narzędzia* zarządzania firmą, działali *ubrew woli* właścicieli i wydawali *nie swoje* pieniądze na jakiegokolwiek – nawet szczytne – cele. Dlaczego? Ponieważ dysponowanie mieniem właściciela bez jego zgody jest kradzieżą. Jeśli CSR oznacza *dobrowolne* dzielenie się zyskiem przez właścicieli, czy uczciwy biznes, to Friedman powinien zostać uznany za klasyka CSR.

Dlatego zatem Friedman nie stał się klasykiem etyki biznesu rozumianej jako „czynienie dobra na własny koszt”? Stało się tak dlatego, ponieważ liberalne podejście Friedmana kładzie nacisk na wolną wolę człowieka – nie tylko zresztą w dziedzinie gospodarki – natomiast zwolennicy CSR nie chcą, aby CSR był stosowany dobrowolnie – choć werbalnie deklarują coś innego. Dobrowolność oznacza, że można tę ideę odrzucić. Dobrowolność oznacza, że idea ta nie będzie wdrażana na masową skalę. Jedni przedsiębiorcy zadecydują o wdrażaniu CSR, a inni nie¹⁹. Ponieważ trudno jest uczynić działania CSR obowiązkiem prawnym, zwolennikom CSR nie pozostaje (na razie) nic innego, jak droga wywierania presji moralnej na podmioty gospodarcze, aby CSR stosowały, zaś na intelektualistów, aby ideę tę propagowali. Ostatecznym celem jest przebudowa systemu gospodarczego w takim kierunku, aby przeznaczanie pieniędzy na cele społeczne było stałą i powszechnie stosowaną praktyką – kto tego nie robi, ma mieć wyrzuty sumienia. Chodzi o stworzenie takiego systemu, w którym CSR zostanie uznany za ideę jednoznacznie etyczną i pozytywną. Chodzi

¹⁹ A trzeba pamiętać, że współcześnie – z powodów wizerunkowych oraz dążenia do sukcesu biznesowego – nie można sobie pozwolić na nie wdrażanie CSR-u – zwłaszcza w dużych firmach i korporacjach.

o stworzenie ogólnej idei normatywnej, według której oceniane będą działania biznesowe²⁰.

4. Czy przeciwnik CSR jest człowiekiem etycznym?

Czy można uznać poglądy Friedmana za poglądy sprzeczne z poczuciem przyzwoitości, czy moralności? Czy Friedman neguje pojęcie odpowiedzialności, czy nawołuje do odrzucenia zobowiązań moralnych? Friedman niczego takiego nie twierdzi. Aby jednak precyzyjnie odpowiedzieć na pytanie, co Friedman twierdzi, a czego nie twierdzi, trzeba zestawić ze sobą różne wizje prowadzenia biznesu. Liberalowie zakorzeniają biznes w dobrowolnej współpracy, kooperacji, zaufaniu, przestrzeganiu prawa oraz etyce, czyli obyczajach konstytuujących skomplikowany system działań ekonomicznych. Wizji tej można przeciwstawić obraz świata gospodarczego, w którym moralności nie ma. Jest to terenu konfliktu, braku szacunku dla prawa, a zwłaszcza etyki, która musi do gospodarki przyjść z zewnątrz. Obraz życia ekonomicznego jako prawdziwego piekła można bez większego wysiłku „zobaczyć” w głowach zwolenników CSR. Wyobrażenie takie zostało odmalowane wyjątkowo sugestywnie w jednym z tekstów Janiny Filek. Autorka pisze, że biznes to: „samowola gospodarcza”, „wojna ekonomiczna”, „mordercza konkurencja”, „starcie na «śmierć i życie»”,²¹. Po przeczytaniu tego typu określeń, można odnieść wrażenie, że człowiek znalazł się w sytuacji permanentnego zagrożenia ze strony biznesu i jeśli nie podejmie natychmiastowych działań, to zginie etyka, cnota, CSR, a my razem z nimi²². Friedman niechęć do wolnego rynku tłumaczy w następujący sposób:

²⁰ W taki to sposób kreuje się obraz gospodarki wolnorynkowej, która ma być pozbawiona fundamentów etycznych (etykę „przynosi” CSR), natomiast przemilcza się negatywne skutki etyczne stosowania CSR.

²¹ J. Filek, *Koncepcja umowy społecznej Thomasa Hobbesa a idea społecznej odpowiedzialności biznesu: podobieństwa i różnice: Zeszyty Naukowe. Problemy społeczne, polityczne i prawne*, Kraków 2012 (882), s. 14.

²² Warto spojrzeć na przestrzeń gospodarczą z innego punktu widzenia. Za dobry przykład może tu posłużyć tekst Henry’ego Hazlitta *Obywatel vs. państwo dobrobytu* z 1969 roku. I w tym przypadku jest mowa o walce konsumentów z producentami, jednak obraz wolnego rynku jest wyważony. Nawet jeśli w obu tekstach znajdziemy podobne elementy diagnozy, to recepta jest zupełnie inna: J. Filek zaleca CSR, H. Hazlitt – wolną konkurencję.

W każdym społeczeństwie, jakkolwiek by nie było ono zorganizowane, istnieje zawsze niezadowolenie z podziału dochodu [...]. W systemie nakazowym zawiść i niezadowolenie kierują się w stronę rządzących. W systemie wolnego rynku narzekamy na rynek²³.

Ingerencja w wolny rynek, wolną wolę i własność prywatną może przybierać różne formy i stopnie. Sam Friedman jest postrzegany jako bezkompromisowy liberal, który opowiada się za wolnym rynkiem. Trzeba jednak pamiętać, że wolność to nie to samo, co samowola. Friedman dopuszczał ograniczoną ingerencję państwa w procesy wolnorynkowe. Był zwolennikiem kontroli wolnej konkurencji przez urzędy antymonopolowe, kontroli państwa nad produkcją pieniądza i bankami, jak również zwolennikiem definiowania przez państwo prawa własności.

Odwołanie do Thomasa Hobbesa przez Janinę Filek sugeruje, że wolny rynek jest światem samowoli i ucieleśnionego zła, którego charakterystyka nawiązuje do opisu stanu naturalnego – w ujęciu tegoż filozofa. W świecie Hobbesa ludzie – dlatego, że są w stanie natury całkowicie wolni, nie mają w gruncie rzeczy wyboru – są skazani na Lewiatana. Bez państwa nie istnieje bezpieczeństwo, prawo, a nawet fundamentalne rozróżnienie dobra i zła. Analogicznie jest na gruncie wolnej, czy raczej samowolnej gospodarki. Współczesny człowiek jest rozpaczliwie wolny gospodarczo (nie jest to trafna diagnoza – współczesna gospodarka poddana jest rozlicznym regulacjom), dlatego nie posiada wyboru: jest skazany na CSR. We wspomnianym tekście próbuje się nas przekonać, że idea CSR jest ideą z gruntu etyczną i cywilizującą ekonomię:

idea społecznej odpowiedzialności biznesu wychodzi naprzeciw zagrożeniu wynikającemu z bezpardonowej i wyniszczającej walki o dominację na rynku, jako stanowiącej zagrożenie także dla reszty społeczeństwa; walki, w której sięga się niejednokrotnie po niezgodnie z prawodawstwem lub kontrowersyjne moralnie narzędzia, takie jak: wrogie przejęcia, oszustwa księgowo, ukrywające rzeczywisty obraz kondycji firmy, oszczerczą kampanię reklamową, szpiegostwo gospodarcze, zмовę cenową, praktyki korupcyjne czy nie do końca legalną współpracę między np. branżą farmaceutyczną a światem lekarskim urzędniczym itd. Tak jak historycznie powstałe państwo «cywilizuje» wzajemną walkę członków społeczeństwa o przetrwanie, harmonizując funkcjonowanie społeczeństwa, tak przyjęcie społecznej odpowiedzialności biznesu ma cywilizować walkę ekonomiczną²⁴.

²³ M. i R. Friedman, *Wolny wybór*, przeł. Jacek Kwaśniewski, Sosnowiec: Wydawnictwo Aspekt, s. 20.

²⁴ J. Filek, *Koncepcja umowy społecznej...*, s. 15.

Jeśli będziemy mówili o CSR takim językiem, to czy ktoś, kto odważy się powiedzieć, że nie godzi się na aplikację idei CSR? Nie, ponieważ w takim wypadku, osoba taka okaże się człowiekiem niewrażliwym etycznie i niecywilizowanym. Zastanówmy się jednak nad taką właśnie możliwością: ktoś jest przeciwnikiem CSR. Jakie to jest w istocie stanowisko i jak może się ono przejawiać w realnym świecie? Stanowisko to nie oznacza, na przykład, że człowiek sprzeciwiający się CSR nie jest zwolennikiem działań na rzecz ochrony środowiska – co jest jednym z pierwszoplanowych tematów w kontekście CSR. Konieczność ochrony środowiska przynależy współcześnie do ustawodawstwa i prawa, którego firma musi przestrzegać. Przeciwnik CSR może być po prostu zwolennikiem ostrzejszych rozwiązań prawnych, a nie zwolennikiem CSR. Przypomnijmy, że Friedman nie jest anarchistą i przestrzeganie prawa jest dla niego sprawą oczywistą. Przeciwnik CSR może przekazywać na ochronę środowiska pieniądze, może dokarmiać zwierzęta zimą, może być wegetarianinem, może kupować jedynie produkty ekologiczne od okolicznych rolników, którzy humanitarnie traktują zwierzęta – nie dlatego, że stosują CSR, lecz dlatego, że są przyzwoitymi ludźmi, itd. Przecież przeciwnik CSR, jak każda istota ludzka, posiada sumienie oraz kieruje się w życiu określona etyką – na przykład bliska może mu być etyka zorientowana ekologicznie, czy idea zrównoważonego rozwoju – nie będąca tym samym co CSR, czyli – zdaniem Friedmana – walką o władzę i zyski w korporacji²⁵. Przeciwnik CSR może być takim pracodawcą, który dba, by miejsce pracy było przyjazne środowisku i pracownikom. Przeciwnik CSR może być również zwolennikiem wysokiej i ukierunkowanej podmiotowo kultury organizacyjnej²⁶, może być również wrogiem podwójnej księgowości, kłamliwych kampanii reklamowych, zmowy cenowej, pracy dzieci oraz wszelkich nieetycznych zachowań w biznesie. Można być świadomym konsumentem, bojkotować firmy, które postępują wbrew prawu i ety-

²⁵ CSR i koncepcję interesariuszy promuje się w oparciu o różne idee. Najczęściej jest to etyka Kanta, hasło zrównoważonego rozwoju, praw człowieka, czy dobra wspólnego.

²⁶ Dlaczego kultura organizacyjna miałaby być powiązana jedynie z CSR? Kultura organizacyjna jest pochodną i wypadkową bardzo wielu różnych czynników: rozwoju teorii zarządzania, a zwłaszcza polepszenia się standardu życia i zamożności społeczeństwa zachodniego, do czego walenie przyczynił się rozwój wolnego rynku i kapitalizm, co umożliwiło z kolei rozwój kapitalizmu menedżerskiego i powstanie idei CSR (a nie na odwrót).

ce, a nie być zwolennikiem CSR (czyli – w ujęciu Friedmana – maskowaniem egoizmu i interesów menedżerów w opozycji do właścicieli). Przeciwnik CSR może lokować pieniądze w przedsiębiorstwach przestrzegających prawa, które – zgodnie z wolą właścicieli – przekazują część zysków na różne inicjatywy społeczne (jest to przecież stanowisko Friedmana). Jako wolny podmiot, osoba taka może bojkotować różne firmy i ich nieetyczne praktyki. Nie jest prawdą, że jeśli chcemy przeciwstawić się biznesowi dążącemu „wyłącznie do zysku”, to musimy opowiedzieć się za CSR. Fiksacji na pieniądzu można przeciwstawić bardzo różne rzeczy, np. dobro rodziny, filantropię, lub samorealizację²⁷. Przeciwnik CSR nie jest zatem z definicji osobą pozbawioną dobrego serca i przeciwnikiem etyki. Kreowanie, czy sugerowanie, takiego wyobrażenia jest wysoce nieetyczne. Friedman nie opowiada się przeciwko temu, aby ktoś w sposób autonomiczny przyjął na siebie współodpowiedzialność za pozytywny rozwój społeczny, ani nie pragnie tego, by ktoś złośliwie podejmował szkodliwe społecznie działania. Nie jest również prawdą, że odrzuca on jako złe moralnie działania filantropijne, a nawet socjalne²⁸. Opowiada się on jedynie za *dobrowolnym wydawaniem własnych pieniędzy na wybrane przez siebie cele*. Dotyczyć to może działań bardziej przypadkowych, czy sporadycznych, jak darowizna na rzecz zdrowia, sportu, czy kultury, albo długofalowo zaprojektowanych i przemyślanych inicjatyw etycznych. Co jest niemoralnego w takim podejściu?

Przeciwnik CSR może zgadzać się z Friedmanem, że CSR jest takim *zobowiązaniem*, w ramach którego *wbrew woli* właścicieli firm menedżerowie zyskują władzę w firmie i wydają nie swoje pieniądze na cele społeczne. Osoba taka może – podobnie jak Friedman – krytykować menedżerów, nie tylko z tego powodu, że działają oni w sposób samowolny i nieuczciwy (robią coś *wbrew woli* właścicieli), lecz również dlatego, że przejmują oni od polityków zadania *poza procedurami demokratycznymi*. Menedżer nie posiada przecież publicznego mandatu, by móc działać dla publicznego dobra tak, jak jest to w obowiąz-

²⁷ Wydaje się, że osoby, które posiadają naprawdę duże pieniądze od pewnego momentu nie pracują dla pieniędzy. W grę wchodzi rodzaj eksperymentu z życiem, sprawdzenie się, wyzwania, władza, pomoc innym, itp.

²⁸ D. Stanny, „W czym interesie powinna działać firma? M. Friedman kontra W.M. Evan i R.E. Freeman”, *Annales. Etyka w życiu gospodarczym* 2006, t. 9 nr 1, s. 135.

ku polityków, partii, czy samorządu. Tymczasem dzięki uzyskaniu mandatu demokratycznego, politycy mają prawo i obowiązek realizować różne projekty społeczne z pieniędzy podatników. Innymi słowy, przeciwnik CSR może obawiać się – podobnie jak Friedman – przejęcia przez biznes tego obszaru działań, który przynależy do rządu i instytucji politycznych²⁹. Dla Friedmana CSR oznacza upolitycznienie gospodarki:

Doktryna „społecznej odpowiedzialności” pociąga za sobą akceptację socjalistycznego poglądu, głoszącego, że odpowiednim sposobem decydowania o przydzielaniu rzadkich zasobów do alternatywnych zastosowań są mechanizmy polityczne, a nie mechanizmy gospodarcze³⁰.

W tej chwili nie istnieje przymus prawny w stosowaniu CSR. Dlatego właśnie zwolennicy CSR mogą podkreślać, że idea ta jest ufundowana na dobrowolności. Sprawa nie jest jednak wcale oczywista, ponieważ retorycznie wygenerowano już pewien dyskurs dotyczący CSR, z którego jasno wynika, że ktoś opowiadający się za CSR, opowiada się jednocześnie za etyką i odpowiedzialnością, a ktoś opowiadający się przeciw – jest nieodpowiedzialny, ponieważ kwestionuje etyczne i pożądane rozwiązania społeczne. Akcentowanie właściwej postawy etycznej w biznesie, jest współcześnie ważną sprawą wizerunkową i strategiczną. W związku z tym, nietrudno dostrzec, jak ogromna presja moralna jest wywierana na podmioty gospodarcze, by stosowały CSR. Perswazja wywierana jest również na jednostki i świat akademicki. Nie jest jednak prawdziwa alternatywa: albo ucywilizujemy walkę ekonomiczną stosując CSR, albo w walce ekonomicznej zginiemy. Istnieją różne wizje i sposoby cywilizowania sfery biznesu, różne wizje i sposoby kształtowania świadomej odpowiedzialności – również takie, które płyną z innych tradycji niż kapitalizm menedżerski i menedżerskie teorie firmy – w tym CSR. Ironia polega na tym, że społeczną odpowiedzialność biznesu przedstawia się jako akt dobrowolny, a jednocześnie nie można tej idei nie zaakceptować bez „odarcia” się z wrażliwości moralnej. Jaką zatem formę przybiera propagowanie idei CSR: sugestii, dyrektywy, przymusu, szantażu moralnego?

Warto powtórzyć: ktoś, kto nie opowiada się za CSR nie wykreśla się z grona ludzi etycznych. Taka osoba rozumie po prostu etykę ina-

²⁹ Ibid., s. 134.

³⁰ M. Friedman, *Społeczna odpowiedzialność biznesu to zwiększanie zysków...*, s. 262.

czej niż osoby zafascynowane osłabieniem nadzoru właścicielskiego, czy idealizacją kadry menedżerskiej. Ludzie o poglądach liberalnych są również zaangażowani w tworzenie pozytywnej kultury organizacyjnej w miejscach pracy, są odpowiedzialni, solidni, umieją dzielić się z innymi, chętnie współpracują, itp. Należy również dodać, że wolny rynek dlatego jest atrakcyjnym systemem dla rozwoju przedsiębiorczości, ponieważ oparty jest na wolności i zaufaniu – a nie (jak ideologia) – na przymusie. Wzajemność, ufność i współpracę wzmacniają i generują codzienne transakcje handlowe, których dokonujemy, idąc do sklepu, czy kawiarni.

5. Wypaczanie i ośmieszanie poglądów Friedmana

Problemem, na który pragnę zwrócić uwagę jest brak przyswojenia i zrozumienia przez zwolenników CSR poglądów, argumentów oraz wizji społecznej Milтона Friedmana. Zwłaszcza jego sławetna teza: „the business of business is business” wydaje się rodzić szereg nieporozumień.

Zwróćmy uwagę na jeden z artykułów Janiny Filek opublikowany pod znamiennym tytułem: *Jeśli biznesem biznesu jest biznes*. Autorka, krytykując poglądy Clive’a Crooka, przeciwnika CSR, pisze:

Najważniejszym, wedle Crooka, argumentem jest ten, który sformułował następująco: «właściwym biznesem biznesu jest biznes». Jest to jeden z najczęściej przywoływanych argumentów przeciw CSR, przedstawiony przez Milтона Friedmana w tekście z 1970 r. pod znamiennym tytułem «Społeczną odpowiedzialnością biznesu jest pomnażanie zysków». Crook odwołuje się zatem do koronnego argumentu przeciwników CSR, twierdząc za nimi, iż najważniejszym i jednym celem firmy jest kreowanie zysku i każdy inny cel działalności (np. dbanie o dobro społeczne) jest sprzeczny z istotą jej funkcjonowania i w ten sposób niszczy mechanizm wolnorynkowy³¹.

Zastanówmy się co by było gdyby Friedman i Crook nie mieli racji i gdyby celem firmy nie było kreowanie zysku, lecz dbanie o dobro społeczne. Gdyby celem firmy nie był zysk, oznaczałoby to:

1. bankructwo firmy;
2. stały dopływ do firmy środków wcześniej zgromadzonych przez właściciela, tzw. „dokładanie do interesu” środków, które musiały zo-

³¹ J. Filek, *Jeśli biznesem biznesu jest biznes*, <http://tygodnik2003-2007.onet.pl/2261.8797.1224986.tematy.html>.

stać wypracowane wcześniej w oparciu o zasadę dążenie do zysku – niekoniecznie maksymalnego zysku.

Zysk i rentowność firmy nie mogą zostać zakwestionowane. Celem firmy nie jest ani upadłość, ani dobro społeczne, lecz wypracowanie zysku. Friedman i Crook mają rację. Dbanie o dobro społeczne może pojawić się dopiero w sytuacji, w której chociaż minimalny, czy dostateczny, zysk został przez firmę wypracowany. Kiedy tak się stanie, pieniądze mogą być przeznaczane na wszelkiego typu cele. Nic nie stoi na przeszkodzie, aby właściciele firmy zdecydowali, że chcą przekazywać wypracowany zysk na cele społeczne. Może być nawet tak, że za cel firmy zostaje uznany na przykład rozwój, a nie zysk³². Warto podkreślić, że Friedman nie ma nic przeciwko zmianie celu firmy i różnego typu działaniom wykraczającym poza cele *stricte* biznesowe, jeśli tylko *decydują o tym w sposób dobrowolny sami właściciele*, a nie samowolni menedżerowie. Była już o tym mowa: sednem stanowiska liberalnego jest to, że właściciele mogą przeznaczać zarobione przez siebie pieniądze na co zechcą i płacić za realizację idei jakich tylko zechcą – z uwzględnieniem granic prawa i etyki danego kręgu kulturowego. Czynienie dobra i angażowanie się w rozmaite działania społeczne podnoszone z wolnej woli i ponoszone na własny koszt – to *główna myśl i zasadniczy postulat* wywodu Friedmana.

Zastanówmy się również, co niszczy mechanizm wolnorynkowy? Mechanizm wolnorynkowy może niszczyć na przykład negacja zysku jako celu biznesowego – Friedman i Crook znowu mają rację. Gdy celem firmy jest zysk, oznacza to, że cena produktu musi być minimalnie wyższa niż koszt jego wytworzenia. Jeśli tak się nie dzieje oznacza to, że firma stosuje tzw. dumping, który faktycznie niszczy mechanizm wolnorynkowy. Można zatem powiedzieć, że uznanie dobra społecznego za cel firmy może prowadzić do dumpingu, czyli nieuczciwej konkurencji: ktoś może na przykład chcieć pomóc biednym w ten sposób, że sprzedaje chleb poniżej kosztu jego wytworzenia. Jeśli zwolennik CSR odpowie na to, że za dobro społeczne nie możemy uznać dumpingu, lecz jedynie takie cele jak budowanie dróg, czy wspieranie

³² Tak jest (2014 r.) w przypadku założonej w 1994 r. firmy Amazon. Dla Jeffa Bezosa, szefa i właściciela firmy, wdrażanie nowych projektów (np. Kindle Unlimited, smartfon Fire, serwis muzyczny Prime Music) jest celem ważniejszym niż zysk netto. Jak można jednak domniemywać, strategia firmy ma prowadzić do wzmocnienia pozycji firmy na rynku, a nie jej bankructwa.

chorych dzieci i to w sytuacji, w której firma osiągnęła zysk, zaś nadwyżkę przeznaczą na wybrane „dobro społeczne”, to jest to przecież – dezawuowane przez Janinę Filek – stanowisko Friedmana i Crooka! Pamiętajmy również: mechanizm wolnorynkowy niszczy przymus oraz upolitycznienie gospodarki, a nie realizacja celów, które ktoś chce realizować na swój własny koszt.

Warto odnieść się również do komentarza słynnego sformułowania Friedmana, które jest hasłowo przywoływane jako synonim nieetyczności biznesu. W tekście *Jeśli biznesem biznesu jest biznes* czytamy, że:

Ów «koronny» argument jest jednak intelektualnym buble. Zdanie «biznesem biznesu jest biznes» przy najżyczliwszej interpretacji [podkr. – K.G.] jest trywialną tautologią, taką jak np. zdanie «opakowanie opakowania jest opakowaniem». Prędzej jednak niż tautologią jest ono zwykłym błędem logicznym, ekwiwokacją, zawiera bowiem w sobie jedno pojęcie w trzech różnych znaczeniach³³.

Otóż, wypowiedź „the business of business is business” *nie jest* tautologią i błędem logicznym. Zdania tego nie można również porównywać ze zwrotem „opakowanie opakowania jest opakowaniem” oraz błędnie tłumaczyć: „biznesem biznesu jest biznes”. W żadnym wypadku wypowiedź Friedmana nie jest intelektualnym buble. Słowo „business” oznacza po angielsku nie tylko «biznes», lecz również „sprawę”. Określenie „the business of business is business” jest w gruncie rzeczy żartobliwym stwierdzeniem, celową ekwiwokacją i zarazem prowokacyjnie użytą grą słów. Zdanie to można przetłumaczyć: „zadaniem biznesu jest dążenie do zysku”. Jest to w pełni sensowne i poprawnie zbudowane zdanie wypowiedziane na temat działalności gospodarczej. Wypowiedź Friedmana jest jednocześnie ekwiwokacją, co zostało jednak przez Janinę Filek przedstawione jako zarzut, a zarzutem być nie może. Friedman skonstruował tutaj bowiem tzw. grę słów i celowo tej ekwiwokacji użył.

³³ J. Filek, *Spółeczna odpowiedzialność biznesu. Tylko moda, czy nowy model prowadzenia działalności gospodarczej?...*, s. 9. J. Filek, *Jeśli biznesem biznesu jest biznes...* Ciekawa jest uwaga J. Filek o „najżyczliwszej interpretacji”, ponieważ w tekście pojawia się również zdanie: „Jeśli znaczenia te zinterpretować, zdanie to wyglądałoby następująco: „Właściwym celem biznesu jest osiągnięcie zysku”. I to właśnie zdanie jest życzliwą interpretacją. „Najżyczliwsza interpretacja” okazała się być tymczasem nieżyczliwa.

Deprecjacja myśli Friedmana przybiera różne formy. Polega ona na przykład na próbie wpisania jego przekonań w odwieczny konflikt dobra i zła. To próba wytworzenia obrazu rzeczywistości gospodarczej, która ma strukturę podobną do bajki. W świecie baśni pojawia się odwieczna walka dobra ze złem. A zatem – stwierdza się zazwyczaj na początku książki, bądź artykułu o CSR – dawno, dawno, temu, biznes dążył jedynie do zysku (i tu pojawia się Milton Friedman), co było głęboko niemoralne. Teraz jednak, pod wpływem „przebudzenia się” świadomości społecznych zobowiązań, biznes staje się coraz bardziej etyczny. Dzięki ryerczom CSR, świat staje się coraz bardziej sprawiedliwy – trzeba tylko pokonać tkwiące w nim jeszcze zarodki zła, które ucieleśnia Friedman. W uproszczonej i dualnej perspektywie, zwolennicy Friedmana to pozbawione wrażliwości etycznej dzikusy z okresu „kamienia wolnorynkowego”, zaklinające wszystko „gospodarką wolnorynkową” i wymachujące maczugą zwaną „zyskiem”. Zwolennicy tego „naturalnego stanu gospodarczego” w sensie Hobbesa („walka wszystkich przeciwko wszystkim”) to ludzie, którzy nie zrozumieli etycznego przesłania CSR i pozostali przy ideach, które są *passé*.

Charakterystyczne dla zwolenników CSR jest również to, że nie krytykują Friedmana na płaszczyźnie teorii ekonomii. Język pogłębionej teorii ekonomicznej zastępuje u zwolenników CSR nadzwyczaj uproszczona wersja ekonomii neoklasycznej. W dyskusjach, zamiast pogłębionej analizy ekonomicznej pojawia się język: „moralne/niemoralne”, „dobre/złe”, „etyka/zysk”. W jakiejś mierze, spór CSR *contra* Milton Friedman przybiera zatem charakter ideologiczny. W sporze tym zwłaszcza hasło: „the business of business is business”, przybiera postać uproszczonej formuły, wręcz stereotypu dotyczącego wolnego rynku. Schematyczny język prowadzi z kolei do formułowania prostych sądów o tym, co dobre, a co złe. Zapytajmy zatem: co jest złe, a co jest dobre? Konkluzja nie jest w tym przypadku zaskakująca, gdyż brzmi ona: zarabianie pieniędzy dla siebie jest złe, natomiast dzielenie się z innymi jest dobre. Tym, którzy posiadają (bogatym) trzeba zabrać, a tym, którzy potrzebują (biednym) trzeba dać. Oto istota sporu i dobrze znany, egalitarystyczno-dystrybucyjny, schemat myślenia. Friedman jest temu przeciwny:

Spółczeństwo, które stawia równość – w sensie równości podziału – przed wolnością, nie zrealizuje ani równości, ani wolności³⁴.

³⁴ M. i R. Friedman, *Wolny wybór...*, s. 142.

Przeciwnicy Friedmana, pisząc o nim, w charakterystyczny dla siebie sposób podkreślają sprawę dążenia „*wyłącznie* do zysku”. Nie zauważają wtórności tej kwestii wobec spraw bardziej fundamentalnych: ochrony wolnej woli i własności prywatnej. Rzuca się w oczy brak szczegółowego rozwinięcia myśli Friedmana – zwłaszcza jego uwag o etyce, wspomnienie o Nobliście „dla porządku” raczej, na samym początku danego wywodu i szybkie „załatwienie sprawy”. Czarno biały podział rzeczywistości na świat zły i dobry, cechuje sposób myślenia wielu autorów z dziedziny etyki biznesu, którzy nie potrafią wyjść poza schematyczny sposób myślenia o Friedmanie, wzmagając atmosferę słusznej walki z niemoralnym neoliberalą. Jednym z przykładów tego typu podejścia jest cytat błędnie przypisujący Friedmanowi pogląd, iż biznes sam w sobie jest nieetyczny i że nie ma w nim miejsca na etykę:

Noblista Milton Friedman w tym właśnie duchu wypowiedział sławetną tezę: «the business of business is business», podkreślając tym samym, że *biznes z natury swej jest nieetyczny* [podkr. – K.G.], gdyż chodzi w nim *wyłącznie* [podk. – K.G.] o biznes, czyli o ekonomiczny zysk, a nie o względy etyczne czy społeczne³⁵.

Kierując się tego typu rozumowaniem, należałoby o nieetyczność oskarżyć nie tylko Friedmana i jego zwolenników, lecz również matematyków i fizyków. Przecież chodzi im *wyłącznie* o poprawny dowód! Chodzi im wyłącznie o zgodną z empirią teorię, a nie o względy etyczne. Trudno również zrozumieć dlaczego Friedman miałby sądzić, że biznes z natury swej jest nieetyczny? Przeciwnie, zdaniem Friedmana biznes z natury swojej jest etyczny. Jest motorem postępu, rozwoju, cywilizacji, kultury, nauki, wzajemnej kooperacji ludzi, niweluje ubóstwo, etc. Zadziwiające jest również to, ilu trudności nastręcza rozumienie zwolennikom CSR tego, czym jest wolność. Jeśli ktoś twierdzi: „nie można zmuszać biznesmenów do podejmowania działań prospołecznych”, to nie oznacza to, że nie mogą oni takich działań podejmować. Friedman utrzymuje jedynie, że menedżerowie posiadają względem akcjonariuszy obowiązek powiernictwa (*fiduciary duty*), z czego nie wynika wcale, że właściciele/akcjonariusze nie mogą przyjąć na siebie dobrowolnych zobowiązań społecznych. Chociaż przedsiębiorstwa nie są powołane do rozwiązywania problemów społecznych: wspierania uniwersytetów, fundowania stypendiów, bibliotek, czy wspiera-

³⁵ D. Olesiński, *O potrzebie etyki biznesu*, Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Zarządzania Ochrona Pracy w Katowicach 1 (2) 2006, s. 48.

nia biednych – nie oznacza to, że ich właściciele nie mogą przyjąć na siebie tego typu zobowiązań. Wiele osób zresztą decyduje się na podjęcie takich właśnie zobowiązań. Do najbardziej znanych należą: John D. Rockefeller, Andrew Carnegie, a współcześnie Warren Buffett, Bill Gates, czy Michael Bloomberg.

6. *Celem biznesu jest bankructwo*

Jednym z celów firmy jest dążenie do zysku. Czy jest to cel chybiony? Dziwny? Nietypowy? Niemoralny? Czy ktoś zakłada firmę po to, by ona splajtowała? Może zło „zwiększania zysków” bierze się z pomieszczenia pojęcia zysku, z pojęciem chciwości, zachłanności, egoizmu, wyzysku, czy pazerności? Czy ktoś chciałby nie być wynagradzany za pracę? Jeśli tak, to jest rzeczywistym przeciwnikiem zysku. Jeśli jednak ktoś pragnienie podwyżki, godziwego wynagradzanie za pracę, korzystnego zwrotu pieniędzy z lokaty w banku, lub innej inwestycji: „dąży do zysku”. Co jest złego w pracy nakierowanej na to, aby zyskać, a nie stracić?

Żeby uchwycić wagę i znaczenie pojęcia, które jest jednocześnie określeniem opisowym i wartościującym, wystarczy mu zaprzeczyć. Zakwestionujmy tezę Friedmana, że: „zadaniem biznesu jest dążenie do zysku” i powiedzmy zamiast tego, że: „zadaniem biznesu jest dążenie do bankructwa”. Zatytułujmy więc tekst Friedmana *The Social Responsibility of Business Is to Decrease Its Profits*. Gdybyśmy przyjęły takie właśnie określenie dla celów ekonomicznych – *business of business is bankruptcy* – nikt nie podjąłby działań biznesowych. Bez pozyskiwania nadwyżki finansowej ponad poniesione koszty przedsiębiorstwo oparte na własności prywatnej upadnie – choć trzeba pamiętać, że współcześnie coraz trudniej jest oszacować koszt wytworzenia produktu. Czy nie jest zatem czymś dziwnym, że slogan Friedmannowski ma tak złą prasę, skoro trafia w istotę działań gospodarczych? Friedman twierdzi po prostu, że nikt nie zakłada firmy w celu niepozyskiwania zysku. Strata finansowa nie jest celem biznesowym.

Modne jest dzisiaj antagonizowanie zysku i wartości etycznych. Czym jest jednak zysk, jeśli nie wartością? Nie jest to „pusta” kategoria, lecz składa się na nią wiele różnych wartości: pracowitość, pomyślność, kreatywność, pasja, mądrość, uczciwość, umiejętność pracy w zespole, samodzielność, itd. Oczywiście, można bogacić się, łamiąc

prawo i etykę, *nie jest* to jednak styl działania, który popiera Friedman. Dlaczego w kontekście sporu: Friedman-CSR, mówiąc o zysku mówimy raczej o tym, co złe i zapominamy o tym, co dobre? Dobrą stroną zysku będzie na przykład fakt, że ludzie pracując dla zysku, pracują z wolnej woli. Jeśli zabierzemy ludziom możliwość pracy dla zysku, praca stanie się dla nich pracą niewolniczą. Praca bez pozyskiwania zysku, musiałaby się opierać na przymusie. Ludzie pracują, ponieważ tego – z różnych powodów – pragną³⁶. Praca i płynący z niej zysk, jest narzędziem osiągania i realizowania różnorodnych celów – nie tylko *stricte* finansowych. Oczywiście, jest prawdą, że praca może przyjąć formę niewolniczą. Niestety, ludzie są zmuszani do pracy. Kiedy jednak praca staje się pracą niewolniczą? Wtedy właśnie, kiedy człowiek zostaje pozbawiony zysku z pracy. Praca niewolnicza oznacza, że dana osoba została pozbawiona owoców swojego wysiłku: godziwego wynagrodzenia i humanitarnego traktowania. Zazwyczaj, osoba taka nie podjęła również w pełni suwerennej decyzji jeśli chodzi o podjęcie samej pracy, to znaczy nie była wolna. Niewola oznacza, że wysiłek ludzki nie jest nagrodzony, a wolność jest zanegowana – wtedy właśnie w miejsce zysku pojawia się wy-zysk. Zysk oznacza zatem równowagę, a nawet, przekroczenie trudu płynącego z pracy. Ludzka motywacja, chęć do podjęcia ryzyka finansowego oraz energia do pracy bierze się właśnie z tak czy inaczej rozumianego dążenia do zysku.

Niestety, zbyt często słyszy się działaniach zmierzających do pozyskania zysku w kontekście nieuczciwości. Słowo „zysk” przybiera pejoratywny wydźwięk. Oznacza ono szybkie, oparte na manipulacji i wyzysku zarabianie pieniędzy. Mówi się: „w biznesie chodzi wyłącznie o zysk” co ma zazwyczaj oznaczać chciwość pracodawców i szkodę pracowników. Zysk przybiera odcień słowa negatywnego i nieetycznego. A przecież zysk nie jest synonimem ani chciwości, ani egoizmu, ani wyzysku. Zysk nie oznacza również żądzy posiadania, manipulowania, czy instrumentalnego traktowania ludzi. Wyobrażenie, że dążenie do zysku jest działaniem bezdusznym jest niedopuszczalnym uproszczeniem. Również pejoratywne określenie „wyłącznie zysk”, sugerujące jednowymiarowość pojęcia „zysk” jest nieprawdziwe. Zysk nie jest wartością samoistną. Jest to pojęcie nadzwyczaj szerokie już w samym swoim źródle, ponieważ dotyczy bezpośrednio życia ludz-

³⁶ K. Guczalska, „Być, czy mieć? Pochwała posiadania i własności”, *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie* 887/2012, s. 42.

kiego i sposobów w jakie życie to się przejawia. Z samej istoty, zysk związany jest z innymi wartościami, na przykład: koniecznością utrzymania się przy życiu, zapewnieniem rodzinie godziwego życia, realizacją marzeń, potrzebą oszczędzania, czy inwestowania. To, co widzimy w zysku i jak go rozumiemy, wiąże się ściśle z naszym światopoglądem, czy poglądami filozoficznymi. Określenie zysku jako synonimu działania nieetycznego jest problematyczne również w tym sensie, że firma przynosząca zysk daje zatrudnienie ludziom. Osoby te same podejmują pracę, pragnąc zysku, i w oparciu o otrzymanie wynagrodzenie żyją i kształtują swoje życie. Firma taka płaci podatki, przyczynia się do podniesienia ogólnej koniunktury gospodarczej, z której korzystają wszyscy – także najubożsi.

Pojęcie „zysk” zostało spłycone przez różnej maści ideologów, którzy straszą nas redukcją człowieczeństwa do wymiaru czysto ekonomicznego, to znaczy straszą wizją tzw. *homo economicus*. Tymczasem człowieka nie da się zredukować do istoty *homo economicus*, ponieważ człowiek jest istotą nieredukowalną – i to w każdym obszarze życia. Nie istnieje człowiek tylko jedzący, tylko czytający, tylko pomagający, tylko zarabiający, tylko zdeterminowany, czy absolutnie wolny. Fikcją jest wyobrażenie, że istnieje *homo economicus*, tak samo jak fikcją jest wyobrażenie, że może istnieć doskonała konkurencja. Są to jedynie *uproszczone wersje, czy modele, rzeczywistości*³⁷. Wydaje się to jednak nie mieć znaczenia dla zwolenników CSR. Po triumfalnym obwieszczeniu rzekomo dokonanej redukcji wymiaru człowieka do płytkiego egoizmu i instrumentalnego zysku, deklaruje się odnowę etycznego wymiaru życia człowieka – co charakterystyczne – zawsze włączonego w budowę całościowego i kolektywnego porządku społecznego. Filarami tej nowej utopii ma być miłość, braterstwo, szczęście i (nieegoistyczne) bezinteresowne dzielenie się z bliźnimi – co ciekawe – krzewione zawsze przez grupę wybrańców. W przypadku CSR będą to pozbawieni egoizmu menadżerzy. Oczywiście, procesowi „uetycznienia” gospodarki towarzyszy „głębsze” rozumienie życia ludzkiego (Frommowskie „być” przeciwstawione „mieć”³⁸). Cała ta odnowa etyczna, oznacza

³⁷ Warto przypomnieć, że „własnością współczesnej filozofii nauki” stała się teza Duhema-Quine’a, stwierdzająca, że: „żaden eksperyment nie jest w stanie obalić pojedynczego twierdzenia teoretycznego; tylko nauka jako całość może zostać skonfrontowana z werdyktem doświadczenia”. M. Heller, „Czytając Duhema”, *Zagadnienia filozoficzne w nauce* XVII/1995, s. 103.

³⁸ W tekście poświęconym przeciwstawieniu *mieć, czy być?* stawiam postulat, by

jedynie próbą ufundowania życia społecznego na preferowanych przez jakąś partycularną grupę wartościach: religijnych, politycznych, czy ideologicznych. Taki schemat myślenia odnajdziemy w wielu miejscach: od papieskich encyklik, przez dzieła marksistowskie, po publikacje agitujące na rzecz CSR.

Zysk nie jest pojęciem jednowymiarowym i czysto finansowym. Nie można realizować celów nie-materialnych, nie realizując celów materialnych – i na odwrót. Również cele czysto ekonomiczne uzależnione są w swojej realizacji od pewnej sfery idealnej: tego kim jesteśmy (wykształcenie, wiek), jakimi jesteśmy ludźmi (np. bardziej egoistami, czy bardziej altruistami), jaki posiadamy system wartości (filozoficzny, religijny), itp. Jeśli chcemy używać określenia „dążenia wyłącznie do zysku” jako synonimu działań nieetycznych, to trzeba to dookreślić. Należałoby zatem mówić bardziej precyzyjnie: nieetyczny sposób dążenia do zysku, czy zysk uzyskany drogą nieuczciwą. Abstrakcyjne wypowiedzi „wyłącznie zysk”, podkopują jedynie zaufanie do sfery gospodarczej jako dziedziny rzekomo nieetycznej – bo właśnie dążącej do zysku. Tymczasem w samym dążeniu do zysku nie ma niczego niegodziwego. Jeśli ktoś posiada dzieci, to jego obowiązkiem jest je nakarmić i utrzymać. Jeśli ktoś jest pomysłową i pracowitą osobą, to ma prawo „zamienić” swoje zdolności na tak czy inaczej rozumiany zysk – każdy ów zysk będzie rozumiał inaczej: ktoś bardziej finansowo, ktoś bardziej duchowo. Jeśli dana osoba zainwestowała swój czas i pieniądze w powołanie do życia firmy – ma pełne prawo oczekiwać zwrotu włożonego wysiłku i poniesionego ryzyka finansowego. Kwestionując to fundamentalne prawo, kwestionujemy pozytywny sens działań gospodarczych.

Potrzebujemy etyki jako ram i zasad konstytuujących przestrzeń gospodarczą, jednak nie możemy – w imię etyki – zmienić firm dążących do zysku w organizacje charytatywne, czy udawać, że stosując CSR firmy nie kierują się określoną korzyścią i nie dążą do zysku – sprzyja to jedynie hipokryzji. Pamiętajmy również, że sytuacja, w któ-

nie antagonizować słów „mieć” i „być”. „Jest to groźne, ponieważ rozdziela to, co jest jednością, i daje błędne wyobrażenia na temat funkcjonowania społeczeństwa i życia ludzkiego. [...] Jedność życia społecznego oraz integralność osoby ludzkiej powstaje na dwóch płaszczyznach: wspólnoty interesów i uwarunkowań świata materialnego („mieć”) oraz wspólnoty wartości i rozwoju duchowego („być”). K. Guczalska, „Być, czy mieć? Pochwała posiadania i własności...”, op. cit., s. 39 n.

rej firma zarabia, a nadwyżka jest przeznaczana na cele prospołeczne, jest stanowiskiem Friedmana. Różnica pomiędzy neoliberalą, a zwolennikami CSR, polega na tym, że Friedman zostawia właścicielom wolną wolę w kwestii podjęcia się zobowiązań społecznych, natomiast zwolennicy CSR chcieliby uczynić działania CSR ciągłym i systemowym, a nawet „łamającym” wolę właścicieli, działaniem firm na podobieństwo płacenia podatku. Zwolennik CSR poddaje biznesmenów presji moralnej i chce zmusić ich do dzielenia się zyskiem z innymi. Friedman nie poddaje nikogo presji moralnej. Celem firmy jest dążenie do zysku, natomiast czynienie dobra jest aktem wolnej i dobrej woli. Właściciel zazwyczaj decyduje, że celem firmy jest dążenie do zysku – nie musi tak jednak wcale być. Podobnie myślą ludzie podejmujący pracę: oni również dążą do określonej korzyści – często wyłącznie do zysku finansowego. Zdaniem Friedmana, człowiek może jednak zawsze podjąć się również *dobrowolnej* działalności na rzecz społeczeństwa. Co jest niemoralnego w przyjęciu takiego stanowiska? Cele dodatkowe względem zysku pojawiają się w gospodarce zazwyczaj wtedy, gdy podstawowy cel biznesu jest już zrealizowany. Jest to rozumowanie pozbawione hipokryzji, słuszne i zdroworozsądkowe.

Warto w kontekście zysku odnieść się również do pytania o instrumentalizację etyki w ramach CSR. Jeśli CSR jest wdrażany w firmie z tego powodu, że jego aplikacja zwiększa zysk przedsiębiorstwa, pracownicy lepiej i wydajniej pracują, ponieważ na przykład utożsamiają się ze swoim miejscem pracy³⁹, a sama firma jest dzięki temu bardziej popularna i zwiększa obroty, to w takim wypadku etyka traktowana jest w sposób instrumentalny – a jest to złe⁴⁰. Jeśli mielibyśmy jednak

³⁹ Aplikacja CSR może być groźna w tym sensie (oczywiście, nie w każdym przypadku tak dzieje), że zwiększa ona związaną, przeciążoną pracą, a nawet ubelżawienie osób pracujących z firmą. Większa eksploatacja pracowników może brać się stąd, że praca nie ogranicza się do czystej pragmatyki, lecz spleta się w miejscu pracy z głoszoną przez korporację misją etyczną, określoną aksjologią i postulatami „lepszego społeczeństwa”, którego przecież wszyscy pragną i w którego budowę wszyscy powinni się z poświęceniem angażować.

⁴⁰ Tomáš Sedláček, współczesny ekonomista czeski, za najlepszego nauczyciela etyki – także w przestrzeni gospodarczej – obwołał I. Kanta, który postuluje oparcie etyki na bezinteresowności. Dla Kanta korzyść ekonomiczna i wszelka instrumentalizacja wyklucza etykę. Sedláček przedstawia schemat zatytułowany „oś dobra i zła” (od bezinteresowności do użyteczności). Na osi tej w kolejności pojawiają się: Kant, stoicy, chrześcijaństwo, hebrajczycy, utylitaryzm, Epikur oraz mainstreamowe teorie ekonomiczne. Na końcu znajduje się „wulgarny” B. Mandeville, któ-

nie instrumentalizować etyki i stalibyśmy na bardzo pryncypialnym stanowisku zastąpienia biznesu dążącego do zysku etyką bezinteresowną, oznaczałoby to podważenie rozsądku w ekonomii oraz dążenie do hipokryzji i czegoś co określiłabym mianem „prohibicji zysku”: jeśli dążenie do zysku jest łączone z CSR – zysk jest uznany za dążenie pozytywne, a jeśli zysk z CSR łączony nie jest – dążenie do zysku jest czymś złym.

Jaki zatem jest wkład idei CSR do etyki biznesu w kontekście deprecjacji zysku? Zwolennicy CSR podkopują zaufanie do sfery gospodarczej jako dziedziny nieetycznej – gdyż dążącej do zysku; manipulują pojęciami: „zysk” zamieniają na „służbę”⁴¹, choć w rzeczywistości z dążenia do zysku wcale się nie rezygnują. Następnie wprowadzają ideologicznie nacechowaną wizję gospodarki, która polegać ma na jej „uetycznieniu”, czyli upolitycznieniu. Friedman mówi wprost o „akceptacji socjalistycznego poglądu”, zastąpieniu mechanizmów rynkowych mechanizmami politycznymi oraz odciążeniu polityków z realizacji zadań, które – zgodnie z regułami gry demokratycznej – powinny być wykonywane w oparciu o pieniądze pozyskane z podatków. „Uetycznienie” polega zatem na wzroście zobowiązań finansowych właścicieli firm wobec społeczeństwa oraz wzmocnieniu kadry kierowniczej w korporacjach.

7. Teorie menedżerskie i niefortunny tytuł

Friedman nie akceptuje działań niemoralnych. Jest obrońcą realnie istniejącej *strony* działań biznesowych, czy pewnego *aspektu* ludzkiego działania w dziedzinie gospodarki: „efektywnej alokacji ograniczonych zasobów”⁴². Obstaje przy zasadzie dążenia do zysku, która jest

ry uważa, że: „dobro prowadzi do rozkładu społeczeństwa”. Sedláček głosi, że jego książka *Ekonomia dobra i zła* (bestseller 2012 r.) jest „antytezą dla ekonomii bez wartości, bez moralności”. Pisz on: „Dążenie współczesnej ekonomii do zredukowania wszystkiego do samolubstwa i wyrachowania jest tak silne, że nawet Epikur nie ośmieliłby się tak myśleć”; Tomáš Sedláček, *Ekonomia dobra i zła*, przeł. Dariusz Bakalarz, Warszawa: Wydawnictwo Studio EMKA 2012, s. 336, 268, 265.

⁴¹ „Najistotniejszym celem firmy jest – naszym zdaniem – słuzenie jako narzędzie do koordynowania interesów udziałowców zewnętrznych”, W. M. Evan, R. E. Freeman, *Teoria nowoczesnej korporacji oparta na koncepcji «udziałowców zewnętrznych»: kapitalizm kantowski...*, op. cit., s. 275.

pewną wiązką związanych ze sobą idei: zdrowego rozsądku w ekonomii, sprawiedliwego równoważenia włożonego w pracę wysiłku, prawa własności i możliwości autonomicznego decydowania o tejże własności. Jeśli chcielibyśmy te zasady podważyć, podważylibyśmy w istocie fundamenty gospodarki wolnorynkowej. Oczywiście, alternatywne teorie w stosunku do zasady maksymalizacji zysku pojawiają się, jednak dzieje się tak z poczucia bezradności i skomplikowania współczesnej przestrzeni ekonomicznej. Nowym wyzwaniem teoretycznym stały się zwłaszcza zjawiska powszechne w XX wieku, takie jak: rozdział własności i zarządzania, rozproszenie własności prywatnej, rozwój międzynarodowych korporacji, w których dominującą rolę zaczęli odgrywać menedżerowie. Teorie menedżerskie, fundujące rozwój idei CSR, powstały jako próba zrozumienia i uzasadnienia funkcjonowania firmy w nowych warunkach. Pragnienie alternatywnego wyjaśnienia działania i celów spółek z rozproszoną własnością jest procesem koniecznym i cennym. Jest jednak odrębnym problemem, czy teorie te są trafne i jaką posiadają zdolność eksplanacyjną? Czy teorie menedżerskie mogą całkowicie abstrahować od maksymalizacji zysku i czy nie przybierają one czasem postaci pustych frazesów? Wydaje się, że dzieje się tak, na przykład, wtedy gdy „zysk” zastępuje pojęcie „maksymalizacji użyteczności”. Idea użyteczności zostaje tutaj uznana za pojęcie lepsze niż zysk, ponieważ „użyteczność” miałaby być kategorią szerszą, dzięki czemu działania gospodarcze możemy opisywać w innych niż monetarne kategoriach i różnie je interpretować (użytecznością może być na przykład bezpieczeństwo)⁴³. Zastępując „zysk” „użytecznością” wracamy jednak, w gruncie rzeczy, do szeroko rozumianej teorii utylitarystycznej (której pożądanym efektem jest „szczęście” – a fenomen ten każdy rozumie na swój sposób). Trzeba również pamiętać, że teorie maksymalizacji zysku mogą zastąpić teorie zwyczajnie błędne, jak na przykład „maksymalizacja produkcji”, która to koncepcja funkcjonowała w Polsce czasach awersji do zysku, czyli w czasach realnego socjalizmu. Wtedy to właśnie nie była ważna kalkulacja ekonomiczna, gdyż ze względów ideologicznych trzeba było za wszelką cenę produkować – na przykład niskiej jakości stal.

⁴² T. Gruszecki, *Współczesne teorie przedsiębiorstwa*, Warszawa: PWN 2002, s. 166.

⁴³ *Ibidem*, s. 182.

Wiedza ekonomiczna opiera się na modelach, a nie prawach obowiązujących w świecie materialnym na podobieństwo praw fizyki. *Model* Milтона Friedmana pomaga w wyjaśnieniu zachowań ludzkich, lecz ich nie zastępuje. Sam Friedman sądził, że ekonomiści nie przedstawiają modeli prawdziwych, lecz modele użyteczne. Antropologia liberalna nie pozostawia wszakże wątpliwości: człowiek jest wolny, przez co jego decyzje zawsze będą zaskakiwać, nie odpowiadając przewidywanej kalkulacji – także sławetnemu „dążeniu do zysku”. W tym sensie, zasada maksymalizacji zysku, będąc elementem modelu doskonałej konkurencji, jest słusznie krytykowana, jako zasada nie oddająca całego skomplikowania realnego świata. Niemożność doskonałego ujęcia rzeczywistości ludzkiej nie jest jednak czymś, co może zostać uznane za coś niemoralnego. Warto również dodać, że podobnie jak zasada maksymalizacji zysku – jako uogólnienie pewnej prawidłowości – nie tłumaczy całego skomplikowania świata gospodarczego, nie czyni tego również teoria interesariuszy z nowo określonym celem biznesowym, tj. „służbą” – zwłaszcza jeśli koncepcja „służby” jako celu biznesu miałaby być przyjmowana bezkrytycznie. Trzeba bowiem pamiętać, że:

Uprawomocnieniem modelu jest jego użyteczność w wyjaśnianiu rzeczywistych zachowań. Ale nowe obserwacje zobowiązują nas do ich uwzględnienia, pod groźbą rezygnacji z istotnej wiedzy o rzeczywistości, zamknięciu się w świecie ‘wiedzy odbitej’ – pojęć i zależności prostych teoretycznie, ale mało użytecznych praktycznie. Może to stwarzać niebezpieczne poznawczo złudzenie, że całkowicie kontrolujemy rzeczywistość, podczas gdy kontrolujemy tylko wytwory własnego umysłu⁴⁴.

Milton Friedman popełnił zasadniczy błąd, akcentując w tytule swojego słynnego tekstu – *Spoleczna odpowiedzialność biznesu to zwiększanie zysków* – jedynie kwestię zysku. Tytuł ten jest niefortunny w tym sensie, że sugeruje on, iż autora interesuje wyłącznie korzyść właścicieli, zaś zagadnienie moralne, ogólnospoleczne, jak również *sposób* dążenia do zysku nie są już istotne. Niestety, taki a nie inny tytuł przesłonił całościową myśl Friedmana, wyeksponował wątki czysto ekonomiczne, przez co kwestie etyczne oraz sprawa zobowiązań społecznych – które również zostały przez Friedmana omówione – znalazły się na marginesie. Z tych to powodów adwersarzom udało się przedstawić refleksję Friedmana jako płytką, egoistyczną i pozbawioną etyki.

⁴⁴ T. Gruszecki, *Współczesne teorie przedsiębiorstwa...*, s. 172.

Wybrany tytuł przesłonił również zasadniczą troskę, dotyczącą właściwego sposobu realizacji dobra w świecie oraz fundamentalne sprawy dotyczące nadzoru właścicielskiego. W związku z tezami głoszonymi przez Friedmana, proponuję aby na nowo przemyśleć treść artykułu *Spoleczna odpowiedzialność biznesu to zwiększanie zysków*, tym razem jednak w oparciu o tytuł, który mógłby brzmieć tak:

1. *Spoleczna odpowiedzialność biznesu to czynienie dobra na własny koszt;*
2. *Spoleczna odpowiedzialność biznesu to utrzymywanie systemu wolnej przedsiębiorczości;*
3. *Spoleczna odpowiedzialność biznesu to uczestnictwo w otwartej i wolnej konkurencji bez podstępów czy oszustwa;*
4. *Spoleczna odpowiedzialność biznesu to przyjmowanie odpowiedzialności dobrowolnej.*

Pierwszy tytuł zwraca uwagę na to, że u Friedmana istnieje pozytywny program etyki. Można się z jego poglądami nie zgadzać, nie można jednak twierdzić, że w jego ujęciu biznesu nie ma miejsca na etykę. Przeciwnie, chodzi o uczynienie biznesu etycznym, jednak nie w sensie przerzucania odpowiedzialności na innych – zwłaszcza w sensie przerzucenia zobowiązania moralnego z siebie, czy z polityków, na biznesmenów-właścicieli. Chcesz czynić dobro? Rób to sięgając do własnej kieszeni i nie wymagaj od innych, aby robili to za ciebie. Drugi tytuł wskazywałby na to, że myśl noblisty jest pewną całościową propozycją: gospodarka i etyka stanowią dopełniający się system wartości oparty na wolności. Sprawa „zysku” jest w takim ujęciu kwestią wtórną wobec spraw bardziej fundamentalnych: ochrony własności, wolności, konkurencji i odpowiedzialności. Trzeci tytuł nawiązuje do ostatniego akapitu artykułu, podkreślającego – kluczową dla Friedmana – wagę etyki w biznesie, rozumianą jako przyjmowanie odpowiedzialności szanującej prawo, zakorzenionej w normach społecznych i tradycji. Etyczny postulat, dotyczący „otwartej i wolnej konkurencji bez podstępów czy oszustwa”, należy rozumieć dosłownie – są to słowa samego Friedmana. Ostatnia propozycja przypomina natomiast, że – wbrew obiegowym wyobrażeniom – w koncepcji Friedmana nie są zanegowane *zobowiązania moralne wobec społeczeństwa*. Noblista z aprobatą wypowiada się o istnieniu wielu różnych rodzajów odpowiedzialności i zobowiązań moralnych, dotyczących rodziny, sumienia, miasta, czy kra-

ju. Nie neguje tego, że ludzie mogą w *dobrowolny* sposób organizować się w grupy i wspólnie realizować różnorodne projekty. Przywołajmy poglądy samego neoliberalą na ten temat. Friedman nie stroni wcale od słów: sumienie, miłosierdzie, czy odpowiedzialność:

każdy człowiek może przyjąć na siebie *dobrowolnie odpowiedzialność* [podkr. K.G.] wobec swojej rodziny, przed swoim sumieniem, odpowiedzialność wiążącą się z uczuciem miłosierdzia, *zobowiązania* [podkr. K.G.] wobec swojego Kościoła, klubu, miasta, wreszcie kraju⁴⁵.

8. *Opowieść wigilijna* i dobry kapitalista

Czy można spojrzeć na zagadnienie CSR, uciekając się do analogii z *Opowieścią wigilijną* Karola Dickensa, w której bezwzględny kapitalista i skąpiec – Ebenezer Scrooge – nawraca się na filantropię⁴⁶? Tak, jednak w próbie reinterpretacji historii Scrooge’a w perspektywie CSR, na pierwszym planie nie ma już złego i skoncentrowanego na własności prywatnej XIX-wiecznego kapitalisty. Nawrócony na dobro to potrafiący godzić różne punkty widzenia rozjemca, pozbawiony egoizmu negocjator, czyli profesjonalny menedżer. Menedżer to ucieleśniona „salomonowa mądrość”⁴⁷. To co wzrusza i uwarżliwia etycznie zwolenników CSR to fakt, że kadra kierownicza nie wydaje swoich *własnych pieniędzy* (jakże łatwo wydaje się nie swoje pieniądze), lecz – w oparciu o instytucję korporacji – wydaje pieniądze właścicieli/akcjonariuszy⁴⁸.

Jaka jest różnica pomiędzy filantropią a CSR? W filantropii za dobro płaci ten, kto dobro czyni. W przypadku korporacji – pomińmy już kwestie dobrowolności – dobro funduje akcjonariusz, jednak rękami opłacanego przez siebie menedżera. I choć menedżer czyni tu dobro

⁴⁵ M. Friedman, *Spoleczna odpowiedzialność biznesu to zwiększanie zysków...*, s. 261.

⁴⁶ Współcześnie, interesującego nawiązania do powieści Karola Dickensa dokoła Margaret Atwood w książce *Dług. Rozrachunek z ciemną stroną bogactwa*, przeł. T. Macios, Znak, Kraków 2010.

⁴⁷ W. M. Evan, R. E. Freeman, *Teoria nowoczesnej korporacji oparta na koncepcji «udziałowców zewnętrznych»: kapitalizm kantowski...*, s. 277. Evan i Freeman twierdzą, że: „Zadanie kierownictwa w dzisiejszych korporacjach jest pokrewnie zadaniu króla Salomona”, *ibidem*, s. 274.

⁴⁸ Friedman nie zabrania nikomu – także menedżerom – aktywności społecznej. Jego zdaniem menedżer może przekazywać pieniądze na cele publiczne i charytatywne, jednak niech będą to *jego* własne pieniądze, a nie pieniądze cudze. Każdy ma prawo do czynienia dobra na własny koszt.

na koszt właściciela to – co ciekawe – chwała spływa właśnie na menedżera, a nie na rzeczywistego – często „rozproszonego” akcjonariusza/dobroczyńcę.

W warstwie retorycznej idea CSR zmienia model działania z biznesowego na model etyczny. Model czysto biznesowy to – w języku zwolenników CSR – model nastawiony „wyłącznie na zysk”. Dla Friedmana model ten oznacza, że ludzie zakładają firmy po to, aby zarabiać, a nie bankrutować, oraz że w wolny i nieprzymuszony sposób mogą decydować o swoich społecznych zaangażowaniach. Friedman nie kładzie nacisku na to, że wszyscy biznesmeni (zwolennicy CSR wołają używać terminu kolektywnego: „biznes”) posiadają obowiązek przekazywania pieniędzy na różne, chwalebne, inicjatywy. *Mogą* to jednak robić, opłacając ze *swojej własnej* kieszeni w sposób *dobrowolny* różnorakie inicjatywy i akcje o charakterze etycznym i wspólnotowym. W działaniach, które wspiera Friedman nie ma zatem miejsca na szantaż moralny, ponieważ etyka ma tutaj swoje źródło w wolnej decyzji podmiotu. W świecie Friedmana nie istnieje „społeczne zobowiązanie *biznesu*”, dające prymat kolektywowi nad indywidualium. Istnieją jedynie etyczne zobowiązania jednostek przyjmowane w sposób dobrowolny. Spór o CSR to także o to, kto ma decydować o sobie: człowiek, czy kolektyw – zwłaszcza w odniesieniu do własności prywatnej.

Ujęcie Dickensowskie charakteryzowała wrażliwość właściwa XIX wiekowi. Ujęcie nowoczesne, menedżerskie, mierzy się z wyzwaniem XXI-wieku. Czy jest to jednak podejście uczciwe? Uczciwość w wolnej przestrzeni gospodarczej oznacza dla Friedmana szacunek dla wolności i instytucji własności prywatnej. Jeśli zatem etyczny model CSR oznacza, że menedżerowie mogą wydawać *nie swoje* pieniądze *wbrew woli* właścicieli, to Friedman jest przeciwnikiem CSR i tego rodzaju „etyki”. Jeśli etyczny model CSR oznacza, że właściciele firm, pod presją zobowiązania moralnego są zmuszani do przekazywania kwot pieniężnych na rzecz społeczeństwa (co jest obowiązkiem polityków), to Friedman odmawia racji bytu takiemu modelowi zarządzania korporacją. Jeśli CSR oznacza maskowanie egoizmu menedżerów, to Friedman również występuje przeciwko poglądom umożliwiającym realizację egoistycznych interesów uprzywilejowanej grupie i maskującej ten egoizm rzekomą „etyką”.

W ramach „społecznej odpowiedzialności biznesu” jednostki, które mają prawo podejmować *różne* decyzje, zostają zredukowane do jednego bytu zbiorowego (biznesu). Wszystkie osoby, o różnych poglądach

i preferencjach, zostają „wrzucone są do jednego worka” i są potraktowane jak podmiot kolektywny – „biznes” – który *a priori* posiada *moralne zobowiązanie*. Friedman twierdzi, że ludzie posiadają powinności moralne i za swoje działania ponoszą odpowiedzialność indywidualną, natomiast o biznesie nie można powiedzieć tego samego. Odwołuje się on tym samym do tradycji anglosaskiego indywidualizmu i klasycznej ekonomii.⁴⁹

W ramach idei CSR podmiot jednostkowy zostaje podporządkowany presji („odpowiedzialnej”) wspólnoty i nie ma prawa powiedzieć „nie” – o ile sam chce być uznany za podmiot odpowiedzialny. Trzeba zresztą przyznać, że współcześnie właściciele oraz menedżerowie mogą być zgodni: trzeba aplikować teorię zarządzania CSR, o ile firma chce zachować twarz podmiotu etycznego, utrzymać się na rynku i zarabiać pieniądze. Jeśli właściciel nie zechce wdrażać narzędzi CSR, to usłyszy, że: on sam, bądź cały biznes jest „z natury swej nieetyczny”. Wywieranie tego rodzaju presji nie jest niczym innym jak faktycznym wymuszaniem dodatkowego obciążenia finansowego na podobieństwo podatku⁵⁰. W praktyce społecznej, idea CSR przerzuca ciężar rozwiązywania problemów społecznych z polityki na biznes.

XIX-wieczna *Opowieść wigilijna* to historia opowiadająca o działalności charytatywnej i filantropii. Porusza ona serca, ponieważ pokazuje przemianę jednostki: jej przechodzenie od egoizmu do filantropii, zanikanie w niej zła i wzrost dobra. Książka unaocznia jak człowiek rozpoczyna życie na nowo, to znaczy: zaczyna żyć dla innych, otwiera się na innych. W CSR nie można widzieć ani filantropii, ani działań charytatywnych, ani – tym bardziej – indywidualnego (prywatnego) i w pełni altruistycznego zaangażowania etycznego – menedżer jest przecież opłacany za to, że czyni dobro; jest zatrudniony na etacie; stosowanie CSR to jego praca. Społeczna odpowiedzialność biznesu jest czymś innym niż filantropia: sposobem zarządzania firmą (korporacją). To teoria interesariuszy (udziałowców zewnętrznych). CSR nie

⁴⁹ Friedman raczej nie bierze pod uwagę tego, że działalność biznesową prowadzi się w różnych tradycjach kulturowych, niekoniecznie hołdujących indywidualizmowi (np. japoński *boom* ekonomiczny trwał w czasie, gdy Friedman publikował swój artykuł). Można na to odpowiedzieć, że jedni wolą pracować w Japonii, inni w Europie... Osobiście uważam indywidualizm – nie tylko w dziedzinie gospodarki, ale również sztuki, czy filozofii – za cenny dorobek cywilizacji zachodnioeuropejskiej.

⁵⁰ Jest to jedynie analogia, gdyż na razie CSR nie jest obowiązkiem prawnym.

porusza serca tak bardzo jak *Opowieść wigilijna*, ponieważ nie człowiek ponosi tutaj odpowiedzialność za to, co robi, lecz... biznes. Historia Ebenezera Scrooga jest wzruszająca właśnie dlatego, że jej główny bohater *wciela w życie ideał Milтона Friedmana*, to znaczy: „czyni dobro na własny koszt”. Scrooge pomagając innym *wydaje swoje pieniądze* i z tego właśnie powodu jest wiarygodny! Menedżer nie wydaje swoich pieniędzy na cele społeczne, dlatego już tak serca nie ściska, nawet jeśli cel jego działania – nikt temu nie przeczy – może być godny pochwały i zostaje z sukcesem zrealizowany.

Wolny rynek nie rozwiąże wszystkich problemów, z którymi boryka się człowiek, jednak nie należy utrzymywać, że reguły wolnorynkowe są z gruntu nieetyczne i niesprawiedliwe. Koncepcja Friedmana nie chce *zastąpić* etyki i – moim zdaniem – jest to podejście słuszne. Gospodarka nie może i nie powinna zastępować etyki, bo nie jest do tego powołana. Wydaje się jednak, że koncepcja Friedmana może aktywizować ludzi do przyjmowania postawy etycznej. W jego rozumieniu, zwiększona świadomość podmiotów działających w przestrzeni gospodarczej nie pojawia się pod wpływem presji, lecz budzenia odpowiedzialności przyjętej w sposób dobrowolny. Etyka biznesu – jak wszystkie inne fenomeny etyczne – spoczywa ostatecznie na świadomości jednostki, kształtowanej – jak wyraża się Friedman – przez: „reguły rządzące społeczeństwem, zarówno te ucieleśnione w prawie, jak i te, które zawierają się w obyczajach etycznych”. Krótko mówiąc, Friedmanowi chodzi o budowanie *poczucia odpowiedzialności za swoje czyny* – i na tej właśnie zasadzie powinna rozwijać się odpowiedzialna etyka biznesu.

Jaki zatem byłby pozytywny program przemiany sfery biznesu, opierający się na poglądach Friedmana? Sądzę, że nie należy idei CSR w całości odrzucać, zwłaszcza że idea ta ewoluuje. Należy jednak odejść od rozumienia CSR jako „społecznej odpowiedzialności kolektywu” i spojrzeć na nią poprzez pryzmat odpowiedzialności indywidualnej i dobrowolnie przyjętej. Kiedy Friedman mówi o odpowiedzialności nie mówi o czymś abstrakcyjnym. Albo „bawimy się” w słowa, albo żyjemy odpowiedzialnie. Należy patrzeć i oceniać *konkretne działania i konkretne projekty* CSR-owe, ponieważ są one robione przez konkretnych ludzi, dla konkretnych ludzi. Trzeba skupić się na *społecznej odpowiedzialności jednostek*, a nie społecznej odpowiedzialności biznesu. Czy biznes posiada sumienie? Nie, sumienie posiadają jedynie ludzie. Czy biznes jest odpowiedzialny? Nie, odpowiedzialni są jedynie ludzie. Je-

śli CSR ma chwytać za serca i autentycznie zmieniać świadomość człowieka, to musi przyswoić sobie lekcję płynącą z rozważań Friedmana i zainteresować się odpowiedzialnością jednostkową i działaniem płynącym w oparciu o dobrowolnie przyjęte zobowiązania, a nie szafować hasłem odpowiedzialności grupowej i poddawać ludzi presji moralnej. Czytając *Opowieść wigilijną* wzruszamy się właśnie dlatego, że z historii tej uczymy się, że ostatecznie wszystko jest w rękach ludzi. Zasady tej nie zastąpią żadne frazesy typu „innovacyjna koncepcja”, „rzeczywista transformacja”, „zrównoważony rozwój”, „etyczny model biznesu”, „kapitalizm kantowski”, czy „partnerstwo międzysektorowe”. Tylko konkretni *ludzie*, a nie społeczna odpowiedzialność biznesu, są odpowiedzialni za to, co robią.

Katarzyna Guczalska