

Włodzimierz KACZOCHA

KU POZYTYWNEJ KONKURENCJI I SOLIDARNOŚCI SPOŁECZNEJ

Wartości i normy etyczne w gospodarce wolnorynkowej

W okresie zaawansowanego rozwoju kapitalizmu, gdy wolny rynek opanowany jest przez rozbudowane strukturalnie organizacje gospodarcze (które działają jako siły dominujące), samorzutnie pojawiają się siły przeciwważne i – najpierw w formie rozproszonej, a następnie zorganizowanej (jako społeczne siły przeciwważne) – przeciwstawiają się dominacji sił większych, doprowadzając do wzajemnej równowagi. Wolny rynek oraz rozwój gospodarczy podlegają wówczas przynajmniej częściowej kontroli ze strony sił przeciwważnych.

Jeden z celów artykułu stanowi prezentacja oraz rekonstrukcja poglądów wybranych autorów dwu orientacji teoretycznych w ekonomii: ekonomii neoklasycznej i ekonomii neoinstytucjonalnej – poglądów dotyczących założeń filozoficznych oraz miejsca i znaczenia etyki w gospodarce wolnorynkowej. Wybór tych właśnie orientacji opiera się na (subiektywnym) przekonaniu, że stanowiska Fredricha A. von Hayeka oraz Milтона Friedmana są reprezentatywne dla ekonomii klasycznej, która dystansuje się od interwencji etyki w działalność biznesową, podczas gdy poglądy na temat związków etyki z gospodarką głoszone przez Johna K. Galbraitha i Jamesa M. Buchanana akceptowane są w ramach ekonomii neoinstytucjonalnej.

Artykuł ma również na celu omówienie holistycznego stanowiska filozoficzno-teologicznego i etycznego w kwestiach związanych z gospodarką (wolnym rynkiem, konkurencją i zyskiem), które wyrażone zostało zwłaszcza w nauczaniu Jana Pawła II, Benedykta XVI i Franciszka. Papieże podkreślają, że rozwój ekonomiczny może dokonywać się w oparciu o określone wartości i normy moralne. W artykule podjęto zatem refleksję nad znaczeniem papieskiego nauczania dla szeroko rozumianych działań gospodarczych.

W pierwszej części artykułu przedstawiono poglądy dotyczące gospodarki i wolnego rynku oraz etyki opracowane w ramach ekonomii neoklasycznej, czyli ekonomii tak zwanego głównego nurtu. Teoretycy tego nurtu – jak wspomniano – wyłączają gospodarkę z kontekstu kulturowego, a tym samym dystansują się od etyki. Omówiono również poglądy rozwijane w ramach ekonomii instytucjonalnej oraz neoinstytucjonalnej, które zorientowane są opozycyjnie wobec stanowiska głównego nurtu ekonomii. Instytucjoniści sytuują gospodarkę i wolny rynek w ich kontekście kulturowym i postulują poddanie działalności gospodarczej etyce, w tym podporządkowanie konku-

rencji konkretnym zasadom postępowania. W części tej zaprezentowano też dwie koncepcje etyczne odnoszące się do gospodarki wolnorynkowej. Pierwsza sformułowana została przez Elaine Sternberg i nazwana etyką „czystego biznesu.” Opiera się ona na przyjętym w ekonomii neoklasycznej założeniu, że nadrzędnym celem gospodarki jest maksymalizacja zysku. W ramach drugiej koncepcji, opracowanej przez Lynn Sharp Paine, zaproponowane zostały zasady pozytywnej konkurencji na rynku, które autorka wywodzi z inspiracji ekonomii neoinstytucjonalnej.

W drugiej części artykułu przedstawiono natomiast stanowisko solidarystyczne dotyczące gospodarki i rynku, obecne w doktrynie społecznej Kościoła i sformułowane przez papieży Jana Pawła II, Benedykta XVI i Franciszka. W nauczaniu papieży – obok wartości solidarności – również sprawiedliwość oraz określone cnoty, normy i zasady odniesione zostały do gospodarki i wolnego rynku, a w szczególności do działalności osób jako podmiotów procesów gospodarczych. Papieże uzasadniają teologicznie i filozoficznie założenie o łączności gospodarki i etyki oraz o odpowiedzialności osób za skutki społeczne i ekologiczne działalności gospodarczej, a także za jej konsekwencje antropologiczne (na przykład atomizację społeczną wywołaną przez działanie wolnego rynku czy eksploatację zarówno ludzi, jak i zasobów przyrody dopuszczane przez „paradygmat technokratyczny”). Rozważania prezentowane w obu częściach niniejszej pracy stanowią uzupełnienie oraz rozwinięcie analiz zawartych w artykule *Od separatyzmu do postawy solidarności*¹.

W zakończeniu pracy sformułowano ocenę poglądów przedstawionych w obu jej częściach oraz autorską sugestię przyjęcia przez właścicieli i menedżerów gospodarki zasad pozytywnej konkurencji oraz wartości i norm etycznych głoszonych w nauce społecznej papieży.

GOSPODARKA, WOLNY RYNEK I KONKURENCJA W UJĘCIU DWÓCH ORIENTACJI W EKONOMII

EKONOMIA GŁÓWNEGO NURTU (NEOKLASYCZNA)

Stanowisko uzasadniające niezależność gospodarki i wolnego rynku od etyki i polityki głoszone jest w ramach głównego nurtu ekonomii (ekonomii neoklasycznej). Do dwudziestowiecznych twórców tej orientacji teoretycznej należeli między innymi Friedrich von Hayek i Milton Friedman. Hayek pisał,

¹ Zob. W. K a c z o c h a, *Od separatyzmu do postawy solidarności. Normy etyczne a wolny rynek*, „Ethos” 31(2018) nr 1(121), s. 149-173.

że jakakolwiek ingerencja w „samorzutny” rozwój gospodarki oraz działania wolnego rynku „zawsze stanowi [...] niesprawiedliwy akt, na mocy którego ktoś jest poddawany opresji”². Friedman, podobnie jak inni, głosił autonomię wolnego rynku i gospodarki, a za cel biznesu uważał maksymalizację zysków właścicieli spółki lub przedsiębiorstwa. Słynne stało się jego stwierdzenie, że zyski osiągane zgodnie z regułami „gry” rynkowej w ramach „otwartej i wolnej konkurencji, bez podstępów i oszustw”³ zasługują na aprobatę indywidualną i społeczną.

W ekonomii neoklasycznej uznano zatem gospodarkę i rynek za byty autonomiczne wobec polityki, wartości kultury oraz etyki – inaczej mówiąc, wyłączono kwestie etyczne i społeczne z obszaru refleksji teoretycznej. Przedstawiciele tego nurtu postrzegają wolny rynek oraz konkurencję wolnorynkową jako części całkowicie autonomicznego systemu gospodarki, który funkcjonuje wedle własnych prawidłowości i procedur, niemających żadnych związków z wartościami kultury, a zatem niezależnych również od wartości etycznych. Peter Pratley stwierdza, że zwolennicy ekonomii neoklasycznej mają „własną zasadę normatywną: „maksymalizacja zysków prywatnych, redukcja kosztów”⁴; jego zdaniem „utrzymuje się przekonanie, że jest to amoralna zasada niemieszcząca się w zakresie bezpośrednich twierdzeń moralnych”⁵.

Pośród wielu zagadnień teoretycznych rozwijanych w ramach tego nurtu ekonomii należy wymienić model „doskonałej konkurencji”, w którym przyjęto między innymi następujące założenia, zrekonstruowane przez Bożenę Klimczak: „Towar na danym rynku jest ogólnie dostępny, transakcje są dokonywane masowo, jest wielu uczestników rynku, z których żaden nie ma wpływu na cenę i inne warunki transakcji, wszyscy uczestnicy rynku są doskonale poinformowani zarówno o cenach, jak i ofertach, informacje rynkowe są darmowe, więzi między uczestnikami rynku występują jedynie w formie transakcji sprzedaży”⁶. Klimczak zauważa również, że gdy założenia te realizowane są na wszystkich rynkach, to można udowodnić, iż kształtują się tam ceny, które zapewnią równowagę między popytem a podażą⁷.

Inne ważne założenie o charakterze filozoficznym, które przyjmują twórcy ekonomii neoklasycznej głosi, że każda racjonalna jednostka dąży w swej dzia-

² F.A. v on H a y e k, *Ład rynkowy, czyli katalaksja*, tłum. W. Buchner, „Znak-Idee” 1994, nr 6, s. 57.

³ M. F r i e d m a n, *Společnā powinnoścīā biznesu jest pomnażanie zysków*, tłum. J. Sójka, w: *Etyka biznesu. Z klasyki współczesnej myśli amerykańskiej*, tłum. J. Sójka i in., red. L.V. Ryan, J. Sójka, Wydawnictwo „W drodze”, Poznań 1997, s. 58.

⁴ P. P r a t l e y, *Etyka w biznesie*, tłum. M. Albigowski, Gebethner & Ska, Warszawa 1998, s. 42.

⁵ Tamże.

⁶ B. K l i m c z a k, *Etyka gospodarcza*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego, Wrocław 2011, s. 15.

⁷ Por. tamże.

łałości gospodarczej do osiągnięcia maksimum zysku w warunkach konkurowania na wolnym rynku, czyli bez żadnego zewnętrznego przymusu. Dążenie do indywidualnego zysku wypływa z natury człowieka, a każde ograniczenie tego dążenia, regulowanie rynku przez państwo czy narzucanie jakichkolwiek norm postępowania stanowi pogwałcenie wolności jednostki.

Nie podejmując krytycznej analizy założeń i teoretyczno-empirycznej przydatności modelu konkurencji dla opisu faktycznego przebiegu konkurencji na rynku, sformułować można dwie uwagi. Po pierwsze, model ten ma charakter stochastyczny, jego założenia odnoszą się bowiem do zdarzeń i obiektów masowych, a przecież na rynku konkurują konkretne podmioty (przedsiębiorstwa, spółki czy poszczególne jednostki), posługujące się własnymi strategiami, w których często pojawiają się cele etyczne (wyrażone na przykład w misji danej spółki czy przedsiębiorstwa). Po drugie, założenia modelu konkurencji nie zawierają żadnych odniesień aksjologicznych, jak gdyby miała ona miejsce poza kontekstem kulturowym oraz społecznym. Zwolennicy ekonomii neoklasycznej analizują i oceniają funkcjonowanie przedsiębiorstwa „wyłącznie przez pryzmat kategorii prawnych i finansowych”⁸. Zdaniem wybitnych ekonomistów George’a A. Akerlofa i Roberta J. Shillera (laureatów Nagrody Nobla z dziedziny ekonomii) „czyste modele ekonomiczne formułowane w ekonomii neoklasycznej nie uwzględniają społeczeństwa obywatelskiego [...], żyjemy w społeczności, w której ludzie troszczą się wzajemnie o siebie i pomagają sobie nawzajem”⁹ poza rynkiem i wymieniają towary oraz usługi za darmo lub za symboliczną opłatą. W związku z tymi opiniami przypomnieć należy, że w latach czterdziestych dwudziestego wieku Edward Taylor, wybitny polski ekonomista, głosił pogląd opozycyjny w stosunku do ekonomii neoklasycznej, za główny czynnik rozwoju gospodarczego uważając nie zysk i kapitał, lecz „charakter, kulturę i moralność ludzi”¹⁰, samo bogactwo bowiem nie „powiększa szczęścia ludzkości”¹¹.

Zasady ekonomii neoklasycznej stanowią teoretyczną podstawę dla autorów prac zajmujących się empirycznymi zagadnieniami konkurencji na wolnym rynku, w tym zagadnieniem strategii konkurowania. Szczegółowa analiza książek i artykułów temu poświęconych nie jest jednak przedmiotem niniejszych rozważań. Z dostępnych pozycji wybrano jedynie kilka prac opublikowanych przez wydawnictwa naukowe, których odbiorcy należą do środowisk akademickich uczelni ekonomicznych i które wykorzystywane są

⁸ K. G o ł a t a, *Spoleczna nieodpowiedzialność biznesu a niszczenie wizerunku przedsiębiorstwa*, „Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny” 74(2017) no. 4, s. 217.

⁹ G.A. A k e r l o f, R.J. S h i l l e r, *Złowić frajera. Ekonomia manipulacji i oszustwa*, tłum. Z. Matkowski, Wydawnictwo Polskie Towarzystwo Ekonomiczne, Warszawa 2017, s. 162.

¹⁰ E. T a y l o r, *Teoria produkcji*, Wydawnictwo K. Rutskiego, Warszawa–Łódź 1947, s. 381.

¹¹ Tamże.

między innymi jako lektury polecane studentom. W żadnej z tych prac nie wspomniano, że konkurencja może być regulowana przez normy etyczne lub zasady profesjonalnego działania powiązane z wartościami i normami etycznymi ani nie omówiono związanych z tym problemów. Wprawdzie niektórzy autorzy lakonicznie stwierdzają, że uczestnicząc w konkurencji rynkowej, należy respektować zasadnicze wartości¹², nie informują jednak czytelnika, o jakie wartości chodzi. W ekonomii szczegółowej poświęconej analizom i projektom działań konkurencyjnych i ufundowanej na twierdzeniach i założeniach głównego nurtu akceptuje się zatem postawę badawczą, którą można nazwać separatyzmem etycznym. Jeżeli zaś w szkołach ekonomicznych nie naucza się etyki biznesu, ich absolwenci utwierdzają się w przekonaniu, że strategie konkurencyjne realizowane są niejako poza etyką, a wolny rynek stanowi wartość autonomiczną.

EKONOMIA NEOINSTYTUCJONALNA

Ekonomia neoinstytucjonalna jako orientacja teoretyczna ukształtowała się w latach siedemdziesiątych dwudziestego wieku w Stanach Zjednoczonych. Do jej inicjatorów należą między innymi John K. Galbraith, Gunnar Myrdal, Richard A. Musgrave i James M. Buchanan¹³ (który współtworzy także „ekonomię wyboru publicznego” zajmującą się zagadnieniami zależności między gospodarką a polityką, w szczególności polityką społeczną). Myśliciele ci aprobują i rozwijają poglądy pierwszego pokolenia instytucjonalistów w USA, do którego należeli między innymi Thorstein Veblen (1857-1929) i John R. Commons (1868-1940). Twierdzili oni, że ekonomia powinna wykorzystywać rezultaty badań prowadzonych w innych dyscyplinach społecznych, między innymi w etyce, dzięki czemu można będzie szeroko i precyzyjnie wyjaśniać oraz interpretować działalność ekonomiczną człowieka. Veblen dowodził, że

¹² Zob. *Konkurencyjność przedsiębiorstw. Nowe podejście*, red. E. Skawińska, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa–Poznań 2002; A. K a l e t a, *Strategia konkurencji w przemyśle*. Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego, Wrocław 2010; B. F r y z e ł, *Kultura a konkurencyjność przedsiębiorstwa*, Towarzystwo Naukowe Organizacji i Kierownictwa Dom Organizatora, Toruń 2004; M. J. S t a n k i e w i c z, *Konkurencyjność przedsiębiorstwa. Budowanie konkurencyjności przedsiębiorstwa w warunkach globalizacji*, Towarzystwo Naukowe Organizacji i Kierownictwa Dom Organizatora, Toruń 2005.

¹³ Szerzej na temat poglądów teoretycznych i politycznych instytucjonalistów oraz ekonomii instytucjonalnej por. H. Z b o r o Ń, *Teorie ekonomiczne w perspektywie poznawczej konstruktywizmu społecznego*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, Poznań 2005, s. 237-322; M. R a t a j c z a k, *Instytucjonalizm – wzbogacenie czy alternatywa ekonomii głównego nurtu*, w: *Ład instytucjonalny w gospodarce*, red. B. Połaskiewicz, J. Boehlke, Wydawnictwo Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, Toruń 2005.

właśnie wszelkie instytucje społeczne – w tym gospodarcze – stanowią podstawę życia i rozwoju społecznego. W instytucjach ustanawia się reguły działań gospodarczych i społecznych, formułuje się normy postępowania moralnego niezbędne do podtrzymywania związków między ludźmi w każdej dziedzinie życia, a to znaczy również w ich działalności gospodarczej, która może się rozwijać dzięki współpracy opartej na wzajemnym zaufaniu.

W nawiązaniu do tego poglądu neoinstytucjonaliści dowodzą, że zarówno kooperacja, jak i konkurencja w gospodarce i na rynku przebiega w różnych kontekstach: społecznym, prawnym, politycznym, obyczajowym i etycznym, czyli w ramach szeroko rozumianej kultury. A zatem w badaniach ekonomicznych oraz w projektowaniu rozwoju gospodarki należy dostrzegać czynniki pozaekonomiczne, w tym wartości i normy moralne, które – obok czynników ekonomicznych – współkształtują procesy gospodarcze. Rynek myśliciele ci uznają za instytucję społeczno-gospodarczą usytuowaną w ramach wymienionych kontekstów kultury. Buchanan pisze, że rynek jest „procesem instytucjonalnym”¹⁴: „Bez odpowiednich praw i instytucji, zawierających określone, respektowane i/lub egzekwowane prawa własności prywatnej i procedury gwarantujące przestrzeganie umów, rynek [...] nie mógłby wytworzyć samorzutnego ładu ucieleśniającego «efektywność», rozumianą jako maksymalizacja wartości”¹⁵. Ponadto do owych gwarantów (czynników) autor zalicza „zwyczaje, tradycje, nakazy moralne”¹⁶, a więc wartości kultury, które ograniczają „krótkowzroczny”¹⁷ egoizm w biznesie. Zdaniem Buchanana jednostka powinna dokonać swobodnego skoku moralnego, przekroczyć egoistyczne interesy i respektować społecznie przyjęte normy moralne, takie jak podmiotowe traktowanie partnerów na rynku, uczciwość w zawieraniu umów, prawdomówność i zawieranie kompromisów¹⁸.

Instytucjonaliści formułują swoje stanowisko w opozycji do ekonomii neoklasycznej. Galbraith uważał, że teorie klasyczne mogą być przydatne do wyjaśniania określonych procesów i działań gospodarczych, krytykował jednak ich autorów za pogląd, że uprawianie ekonomii jako nauki ścisłej uwalnia ich od jakichkolwiek zobowiązań społecznych czy moralnych: „Sytuacja może nie być ani dobra, ani sprawiedliwa, a nawet może być nie do zniesienia, ale to nie ma nic wspólnego z ekonomistami jako przedstawicielami swej dyscypliny. Ponieważ ekonomia domaga się uznania jej za naukę ścisłą, musi się odciąć od sprawiedliwości czy niesprawiedliwości, od bólu i cierpienia związanego z systemem. Zadaniem ekonomisty jest bezstronna analiza, opis,

¹⁴ J.M. Buchanan, *Wylanianie się ładu*, tłum. K. Gurba, „Znak-Idee” 1994, nr 6, s. 118.

¹⁵ Tamże.

¹⁶ Tamże, s. 119.

¹⁷ Tamże, s. 118n.

¹⁸ Tamże.

a gdzie to możliwe, sprowadzanie rozumowania do wzorów matematycznych, a nie wydawanie moralnych sądów”¹⁹. Takie stanowisko oczywiście odrzuca jakiegokolwiek związku ekonomii z innymi naukami społecznymi, a procesy gospodarcze izoluje od czynników kulturowych. Galbraith nie wspomina o pozytywistycznym (scjentyistycznym) założeniu metodologicznym, zgodnie z którym nauka powinna być neutralna aksjologicznie i posługiwać się wyłącznie językiem sformalizowanym, lecz milcząco takie założenie odrzuca. Jako neoinstytucjonalista, badając procesy gospodarcze, w całej swojej twórczości poświęca wiele uwagi czynnikom kulturowym, w tym wartościom etycznym oraz ich wpływowi na rozwój gospodarki.

Przeciwstawiając się głównemu nurtowi w ekonomii, Galbraith sformułował w połowie dwudziestego wieku teoretyczną koncepcję siły przeciwważnej (ang. countervailing power), która, działając poprzez „samorzutnie” tworzone przez ludzi instytucje i organizacje, skutecznie przeciwstawia się siłom (czyli instytucjom) gospodarczym dominującym w gospodarce i na wolnym rynku. W tytule swojej książki *American Capitalism: The Concept of Countervailing Power*²⁰ autor wspomina o koncepcji, w tekście pracy określa ją zaś niekiedy jako teorię. Z pewnością jest to koncepcja teoretyczna, nie zaś rozwinięta teoria empiryczna, ale jej stwierdzenia wyjaśniają pewne zjawiska gospodarcze, kulturowe i społeczne. Założenia teoretyczne, które uczony przedstawił jedynie częściowo (część z nich trzeba dopiero zrekonstruować na podstawie jego wypowiedzi), można stosować w celu wyjaśnienia pewnych społecznych i gospodarczych zjawisk rynkowych. Galbraith pisze, że na wolnym rynku działają siły dominujące: monopole niszczą konkurencję ze strony słabych podmiotów gospodarczych, pracodawcy narzucają swoje warunki płacowe, producenci mają przewagę nad konsumentami. Ze względu na konieczność obrony interesów materialnych słabszych podmiotów (na przykład hurtowników czy pojedynczych przedsiębiorców) oraz pracobiorców i konsumentów pojawia się potrzeba stworzenia w ramach wolnego rynku przeciwważnej potęgi, która skutecznie wystąpi przeciwko siłom panującym.

Podstawą tego poglądu jest milcząco przyjęte założenie, że gorsza pozycja ekonomiczna ludzi na wolnym rynku generuje indywidualną postawę psychologiczną (wynikającą z potrzeby wzmocnienia własnej pozycji), która pobudza jednostki do czynnego sprzeciwu wobec dominujących sił ekonomicznych. Warunek konieczny, by można było doprowadzić do równowagi sił między słabszymi a mocniejszymi, to pewne minimum sprzyjających okoliczności

¹⁹ J.K. Galbraith, *Ekonomia w perspektywie. Krytyka historyczna*, tłum. W. Rączkowska, S. Rączkowski, Państwowe Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 1991, s. 137.

²⁰ Zob. tenże, *American Capitalism: The Concept of Countervailing Power*, Houghton Mifflin, New York 1952.

oraz zdolność organizowania i zrzeszania się ludzi, a także motywacja etyczna: sprzeciw wobec dominacji silniejszych podmiotów gospodarczych. Tak więc Galbraith eksponuje znaczenie dyspozycji psychologicznych, zdolności organizacyjnych, przekonań etycznych i warunków politycznych. Kiedy bowiem mówi o sprzyjających okolicznościach, ma zapewne na myśli kontekst państwa demokratycznego: organizowanie się sił przeciwważnych jest możliwe tylko w warunkach wolności pozytywnej (i zarazem politycznej), gdyż w państwie totalitarnym czy autorytarnym władza nigdy na to nie zezwoli. Formułowane przez Galbraitha stwierdzenia oparte są na założeniu, że dominującą siłą ekonomiczną utrzymuje „w szachu” przeciwważna siła tych, którzy znajdują się w orbicie (zasięgu) jej działania. Pierwsza siła niejako „rodzi” drugą; siła dominująca – wbrew swoim interesom – generuje siłę przeciwważną.

We omawianej książce Galbraith opisuje powstanie i działanie sił przeciwważnych w Stanach Zjednoczonych. W okresie, który badał, czyli w latach po drugiej wojnie światowej, przewadze monopoli producentów na wolnym rynku sprzeciwili się nabywcy, hurtownicy oraz organizacje konsumentów, którzy zaczęli współkształtować ceny produktów, związki zawodowe przeciwstawiały się zaś niskim płacom. Powstanie sieci sklepów spożywczych i domów towarowych sprawiło, że zaczęły one określać profil produkcji wielkich spółek przemysłu spożywczego. Ekonomiści jednak tego nie przewidzieli. Zdaniem Galbraitha, w podobnej sytuacji powinniśmy zawsze oczekiwać pojawienia się siły przeciwważnej ograniczającej panowanie silnych podmiotów gospodarczych na wolnym rynku²¹.

Opisywaną przez Galbraitha prawidłowość skonkretyzować można następująco: w okresie zaawansowanego rozwoju kapitalizmu, gdy wolny rynek opanowany jest przez rozbudowane strukturalnie organizacje gospodarcze (które działają jako siły dominujące), samorzutnie pojawiają się siły przeciwważne i – najpierw w formie rozproszonej, a następnie zorganizowanej (jako społeczne siły przeciwważne) – przeciwstawiają się dominacji sił większych, doprowadzając do wzajemnej równowagi. Wolny rynek oraz rozwój gospodarczy podlegają wówczas przynajmniej częściowej kontroli ze strony sił przeciwważnych. Działanie siły przeciwważnej w formie rozproszonej wyraża się na przykład w lokalnych protestach grupowych, na przykład w sprzeciwie drobnych kupców wobec lokowania na ich terenie marketu czy mieszkańców jakiejś dzielnicy wobec budowania ferm drobiowych w pobliżu ich domów. Instytucjonalna, czyli zorganizowana siła przeciwważna ma na celu stałą kontrolę oraz powściągnięcie ekspansji sił ekonomicznych, występuje przeciw ich dominacji na rynku lokalnym, regionalnym, krajowym i globalnym, tworząc

²¹ Por. t e n ż e, *Spoleczeństwo dobrobytu. Państwo przemysłowe*, tłum. J. Prokopiuk, Z. Zinslerling, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa 1973, s. 288n.

w tym celu określone instytucje działające przeważnie w oparciu o wolontariat (jak ruch społeczny zielonych czy ruch „slow food”, który prowadzi własne sklepy spożywcze i restauracje)²². Rozproszone siły przeciwważne, jak i te, które stale oddziałują przez dłuższy okres, obok wyrażania sprzeciwu ekonomicznego głoszą radykalną krytykę etyczną sił dominujących, zarzucając im przede wszystkim rozwijanie konsumizmu i niszczenie przyrody.

DWIE KONCEPCJE ETYCZNE DOTYCZĄCE WOLNEGO RYNKU I KONKURENCJI

Wyboru omawianych niżej koncepcji dokonałem na podstawie subiektywnego przekonania, ukształtowanego w trakcie wieloletnich osobistych kontaktów z właścicielami przedsiębiorstw i menedżerami, którzy – jak sądzę – w większości akceptują ekonomię neoklasyczną, a w szczególności ufundowaną na niej ideologię neoliberalną, głoszącą hasła autonomii rynku, maksymalizacji zysku i wolnej konkurencji, dopuszczającej w ograniczonym zakresie kontrolowanie przez państwo i prawo tylko niektórych sektorów gospodarki o znaczeniu ogólnospołecznym (jak energetyka, eksploatacja surowców czy produkcja lekarstw). Niektórzy właściciele i menedżerowie opowiadają się za radykalną wersją tej ideologii, aprobując libertariański pogląd głoszący, że skoro gospodarka i wolny rynek najlepiej rozwijają się bez zewnętrznych interwencji, to wszelkie regulacje ze strony państwa i prawa są zbędne – z wyjątkiem chronienia własności prywatnej oraz zapewnienia egzekucji wyroków sądowych w sprawach niewywiązywania się z umów gospodarczych. W środowisku tym często wymienia się z aprobatą wspomniany już pogląd Hayeka uznający każdą zewnętrzną ingerencję w rozwój gospodarki za akt przymusu.

Zwolennicy obu wersji ideologii twierdzą, że w swojej praktyce zawodowej kierują się etyką „czystego biznesu”, sformułowaną przez Elaine Sternberg w głośnej książce *Czysty biznes. Etyka biznesu w działaniu*²³. Moje doświadczenie członka kapituły nagrody przyznawanej w ramach Programu Promocji Kultury Przedsiębiorczości „Fair Play” afiliowanym przy Krajowej Izbie Gospodarczej pozwala mi jednak wyrazić pogląd, że menedżerowie i przedsiębiorcy uczestniczący w tym programie faktycznie nie akceptują żadnej z opisanych

²² Szerzej na temat powstawania sił przeciwważnych w gospodarce i mediach, por. W. K a c z o c h a, *Demokracja proceduralna oraz republikańska*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Poznań 2004, s. 256-281.

²³ Zob. E. S t e r n b e r g, *Czysty biznes. Etyka biznesu w działaniu*, tłum. P. Łuków, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1998. Zob. też: t a ż, *Just Business: Business Ethics in Action*, Little Brown & Co., London 1994.

tu wersji ideologii, lecz opowiadają się za prawnym regulowaniem polityki gospodarczej państwa oraz respektują pozytywną konkurencję rynkową.

Etyka „czystego biznesu”

Elaine Sternberg nie deklaruje *expressis verbis*, że opracowała rozbudowaną koncepcję etyczną, kierując się założeniami ekonomii głównego nurtu, łatwo jednak dostrzec, że formułowane przez nią poglądy korespondują z zasadami tej ekonomii oraz z hasłami ideologii neoliberalnej. Autorka pisze: „Przedmiotem czystego biznesu jest etyka biznesu, a nie sens życia [...]. Żeby wyjaśnić, w jaki sposób wartości moralne wpływają na działania gospodarcze, nie musimy określać sensu życia”²⁴. Sternberg przejmuje niektóre założenia z modelu doskonałej konkurencji: „Rynek to nadzwyczaj wydajny system informacji, który pojedyncze decyzje milionów konsumentów automatycznie przekłada na proste ceny. Wyraźnie odzwierciedlając podaż i popyt, ceny rynkowe udzielają wszechstronnych informacji o tym, co jest cenione”²⁵. Zarazem zastrzega, że „nawet najlepsze rynki nie wyznaczają celów”, albowiem pewne cele działalności gospodarczej są wyznaczane w kontekście „zaangażowanych wartości”²⁶, co oznacza, że niektóre spośród nich trzeba uznać „za zbyt ważne, aby można było podporządkować je maksymalizowaniu długoterminowej wartości dla właściciela”²⁷ (dotyczy to na przykład opieki zdrowotnej, edukacji czy wydawania najlepszej gazety). Rynki wskazują zatem, ile kosztują decyzje gospodarcze, nie mogą jednak określać, „czy ważniejsze jest przeznaczenie zasobów na leczenie, czy edukację”²⁸. Z uwagi na te twierdzenia autorka wyraźnie pominęła stanowisko libertariańskie, przyjmowane między innymi przez Friedmana, które głosi, że wszystkie tak zwane usługi publiczne należy wprowadzić na wolny rynek oraz poddać regułom konkurencji regulowanej prawem podaży i popytu. W myśl założeń filozoficznych przyjmowanych przez neoklasyków ekonomii autorka twierdzi, że z wyjątkiem wymienionych świadczeń publicznych naczelnym celem podmiotów gospodarczych uczestniczących w wolnym rynku powinno być „maksymalizowanie długoterminowej wartości dla właściciela”²⁹, a zatem wszystkie „manewry konkurencyjne są etyczne”³⁰, jeśli temu celowi służą, i to nawet wówczas, gdy żąda się na

²⁴ T a ż, *Czysty biznes*, s. 284.

²⁵ Tamże.

²⁶ Tamże, s. 272.

²⁷ Tamże, s. 285.

²⁸ Tamże.

²⁹ Tamże, s. 125.

³⁰ Tamże, s. 126.

przykład wysokiej ceny za lekarstwa, jednakże pod warunkiem że producenci leków przestrzegają „wymogów sprawiedliwości dystrybucyjnej i zwyczajnej przyzwoitości”³¹. Sprawiedliwość dystrybucyjna wyraża się – jej zdaniem – w tym, że produkty i usługi o ustalonych na rynku cenach sprzedawane są każdemu bez względu na jego przekonania religijne, rasę czy pochodzenie społeczne. Niestety, autorka nie wyjaśnia, czy przyzwoitość zezwala na wygórowane ceny leków, zbyt wysokie dla uboższych klientów; nie wspomina też, czy w ramach sprawiedliwości wyrównawczej publiczna służba zdrowia powinna stosować dopłaty do wygórowanych rynkowych cen leków.

Sternberg pisze, że kiedy „polityka cenowa przedsiębiorstwa utrzymuje się w tych ograniczeniach (sprawiedliwości i przyzwoitości) i ma na celu maksymalizowanie długoterminowej wartości dla właściciela, dopóty jest ona słuszna: przedsiębiorstwo ma obowiązki wobec właścicieli, a nie wobec konkurentów”³². Na marginesie zauważę, że pogląd o maksymalizowaniu wartości autorka powtarza w książce wielokrotnie. By osiągnąć ten cel, przedsiębiorstwu wolno prowadzić agresywną sprzedaż czy posługiwać się negatywną reklamą pokazującą słabości konkurentów, powinno ono jednak wykluczyć stosowanie przymusu, odstraszenie klientów od konkurencji bądź „naganianie” ich ku sobie czy też wykradanie informacji wewnętrznych, a także unikać posługiwania się kłamstwem w informowaniu o własnych zaletach, cechach swoich produktów oraz niedostatkach konkurencji³³.

Autorka koncepcji czystego biznesu wśród źródeł wydajności działań gospodarczych wymieniła kolejno: maksymalizowanie stopnia realizacji wyznaczonego celu, który ma przynieść największe korzyści właścicielowi (właścicielom), ponoszenie odpowiedzialności, czyli unikanie błędów, które obniżałyby zyski, oraz konkurencję, która nie wyklucza współpracy ani nie wymusza „chwytów poniżej pasa”³⁴. Niestety Sternberg nie wyjaśnia, czy agresywna sprzedaż i negatywna reklama należą do takich chwytów, ani nie wspomina, że – co jest oczywiste – działania tego rodzaju uniemożliwiają współpracę podmiotów na wolnym rynku.

W odniesieniu do kontekstu aksjologicznego, Sternberg przedstawia koncepcję etycznego modelu decyzyjnego w biznesie, nie odnosząc go do konkretnych podmiotów gospodarczych. Ponieważ koncepcja ta została opisana w sposób logicznie i treściowo zawikłany, jej rozumienie należy zrekonstruować. Otóż, zdaniem autorki, formułując model decyzyjny, należy być przekonanym o jego praktycznym znaczeniu i o tym, że powinien on stale towarzyszyć działaniom

³¹ Tamże, 127.

³² Tamże, s. 126.

³³ Por. tamże, s. 127.

³⁴ Por. tamże, s. 281n.

gospodarczym zmierzającym do głównego celu biznesu,³⁵ czyli do maksymalizacji zysku. Dlatego, podejmując decyzje gospodarcze oraz realizując je, powinniśmy uwzględnić pewne wartości, czyli sprawiedliwość dystrybucyjną, cnotę przyzwoitości oraz normy z niej wynikające (zakaz stosowania przymusu, okłamywania i zadawania cierpienia)³⁶. W modelu decyzyjnym trzeba też wskazać podmioty, z którymi nie współpracujemy, ponieważ nie respektują one wspomnianych norm, wartości sprawiedliwości i cnoty przyzwoitości. Zdaniem autorki przyjęcie określonego etycznego modelu decyzyjnego jest „centralnym zagadnieniem etyki biznesu”³⁷, umożliwia on bowiem odpowiedź na pytanie, jakie postępowanie jest w biznesie postępowaniem etycznym³⁸.

Sternberg zastanawia się również nad statusem etycznym przedsiębiorstw sprzedających „podejrzane” towary (na przykład wyroby tytoniowe, pornografię czy broń). Píše, że „firmy działają etycznie jako przedsiębiorstwa, jeżeli zdążają do maksymalizowania długoterminowej wartości dla właściciela przy poszanowaniu wymogów sprawiedliwości dystrybucyjnej i zwyczajnej przyzwoitości; są one nieetyczne, gdy warunki te naruszają”³⁹. To ogólne stwierdzenie nie wyjaśnia, czy sprzedaż takich towarów można traktować jako działanie przyzwoite, czy przyzwoite jest czerpanie zysków z ich sprzedaży, ani też czy sprawiedliwe będzie sprzedawanie ich dowolnemu klientowi. Autorka nie odpowiada na te pytania, stwierdza jedynie, że produkcję i sprzedaż wymienionych produktów „trzeba oceniać [...] ze względu na cel ludzkiego życia”⁴⁰, którym etyka biznesu się nie zajmuje. Dopuszcza też przyjęcie w etycznym modelu decyzyjnym szczegółowych kryteriów przyzwoitości i sprawiedliwości dystrybucyjnej (zakazujących sprzedaży produkowanych towarów na przykład dzieciom, młodzieży czy osobom starszym).

W odniesieniu do instytucji pozagospodarczych pracujących na użytek publiczny Sternberg uważa, że chociaż mogą one przynosić zyski, ich celem nie jest maksymalizacja korzyści właściciela. Na przykład cel organizacji służby zdrowia stanowi „maksymalizowanie dobrobytu poprzez zapobieganie chorobom i leczenie ich”⁴¹, a celem edukacji nie jest „zarabianie pieniędzy [...], lecz szerzenie i przekazywanie wiedzy”⁴². Działanie tych oraz innych podobnych im instytucji powinno jednak czerpać z tych samych źródeł, co gospodarka i być wydajne, odpowiedzialne i konkurencyjne.

³⁵ Por. tamże, s. 132.

³⁶ Por. tamże.

³⁷ Tamże.

³⁸ Por. tamże, s. 272.

³⁹ Tamże.

⁴⁰ Tamże, s. 271.

⁴¹ Tamże, s. 281.

⁴² Tamże.

W koncepcji etycznej sformułowanej przez Sternberg wyraźnie jednak preferowane jest maksymalizowanie zysku właścicieli jako najważniejszego celu biznesu; aprobowane są też bezwzględne zachowania podmiotów gospodarczych na wolnym rynku. Taki projekt etyki stanowi zaprzeczenie zasad społecznej odpowiedzialności biznesu oraz zasad pozytywnej, czyli etycznej konkurencji. Koncepcję etycznego modelu decyzyjnego można uznać za próbę złagodzenia „brutalnego” rozumienia konkurencji przez wyłączenie z niej instytucji pozagospodarczych. W ujęciu Sternberg zysk pozostaje jednak normą powszechnie obowiązującą w biznesie i można odnieść wrażenie, że autorka ta fetyszyzuje główny cel działalności gospodarczej.

Zasady pozytywnej konkurencji

Lynn S. Paine z Harvardzkiej Szkoły Biznesu opracowała pięć zasad prowadzenia pozytywnej konkurencji na wolnym rynku⁴³. Sformułowała je, inspirowując się poglądami twórców ekonomii neoinstytucjonalnej, w szczególności poglądami Buchanana, który podkreślał znaczenie zasad i procedur postępowania, jakie powinny być respektowane na rynku, aby każdy jego uczestnik uzyskał możliwość osiągnięcia korzyści. Buchanan akcentował także znaczenie nakazów (norm) moralnych oraz dobrych zwyczajów w działaniach gospodarczych. Chociaż zasady przedstawione przez Paine mają charakter norm zawodowych, łatwo wskazać ich aspekty etyczne. W zamyśle autorki mają one obowiązywać powszechnie na wolnym rynku, a zatem być również zasadami w sensie deontologicznym. Paine ukazuje też doniosłość takich zasad dla biznesu: „Normy i ideały etyczne są przydatne w ułatwianiu współpracy, wyznaczaniu kierunku i granic, które wpływają na efektywność organizacyjną. Z mojego punktu widzenia, prawdziwe niebezpieczeństwo znajduje się w utracie tego celu z pola widzenia oraz w przeniesieniu etyki do strefy wierzeń i wyobrażeń”⁴⁴. Uzasadnia ona zwłaszcza empiryczną przydatność etyki: „Poprzez stosowanie rozsądnych zasad etyki firmy mogą ograniczyć straty i zbudować silne związki ze swoimi udziałowcami. Dobre relacje nie tylko są wartością samą w sobie, ale stanowią również przewagę organizacyjną. Firmy, które zyskują zaufanie swoich klientów, pracowników oraz dostawców, zyskują również lepszą wydajność oraz elastyczność. Jednocześnie, zmniejsz-

⁴³ Zob. L. S. P a i n e, *Ideals of Competition and Today's Marketplace*, w: *Enriching Business Ethics*, red. C.C. Walton, Plenum Publishing Co., New York 1990.

⁴⁴ T a ż, *Cases in Leadership, Ethics, and Organizational Integrity: A Strategic Perspective*, Irwin, Chicago 1997, s. VIII. Jeśli nie podano inaczej, tłumaczenie fragmentów prac obcojęzycznych – W.K.

szają monitoring i koszty transakcji”⁴⁵. W swojej koncepcji Paine odwołuje się do opinii znanego teoretyka ekonomii Amartyi K. Sena, który – podobnie jak neoinstytucjonaliści – uważa, że działalność gospodarcza oraz konkurencja na rynku, prowadzone nie tylko wedle zasad ściśle ekonomicznych, lecz oparte na podstawach etycznych i współpracy partnerów, przynoszą lepsze wyniki ekonomiczne⁴⁶. Autorka zgadza się ze stanowiskiem Sena i stwierdza, że realizacja „czysto” ekonomicznego podejścia do rynku jest niemal równoznaczna z byciem „jednostką nieprzystosowaną społecznie”⁴⁷, która stale powoduje konflikty w gospodarce. Można dodać, że „bezpardonowa” walka konkurencyjna zawsze powiększa straty materialne strony przegrywającej oraz pogłębia jednostkowe poczucie klęski, a w skrajnych przypadkach powoduje również negatywne skutki zdrowotne. Kierowanie się zasadami opracowanymi przez Paine pozwala podmiotom gospodarczym konkurującym na wolnym rynku prowadzić „grę” rynkową jako „fair play”, w której żadna ze stron nie kłamie, nie oszukuje, ani też nie deprecjonuje wartości osobowych strony przegrywającej.

Koncepcję zasad prowadzenia konkurencji opracowaną przez Paine świetnie przedstawia, interpretuje i uzupełnia Bożena Klimczak, nazywając przestrzeganie reguł uczciwej konkurencji „konkurencją pozytywną”⁴⁸. Do reguł tych należą: (1) zasada inicjatywy niezależnej, (2) zasada działań konstruktywnych, (3) zasada formalnej równości, (4) zasada poszanowania podmiotów zewnętrznych, (5) zasada poszanowania reguł. Klimczak następująco opisuje wymienione zasady:

(1) „Zasada niezależnej inicjatywy stanowi, że wszystkie konkurujące z sobą firmy podejmują działania, kierując się własnymi celami i na własną odpowiedzialność, w taki sposób, że nie jest im potrzebna wiedza o działaniach konkurentów. Każda firma dąży zatem do tego, aby wygrać w ekonomicznym współzawodnictwie, nie zaś do tego, aby być lepsza od konkurentów. Zasada inicjatywy niezależnej ma charakter pozytywny i stanowi, że firmy powinny podejmować decyzje niezależnie od siebie. Zatem firmy powinny być zorientowane na nabywców, ich potrzeby, gusty czy upodobania, co oznacza traktowanie klienta jako celu działań gospodarczych.”⁴⁹

(2) „Zasada działań konstruktywnych określa obowiązek działania najlepszego, na jakie stać daną firmę. Oznacza to, że należy dokładać wszelkich starań, ażeby być przedsiębiorczym w relacji do klientów, a nie w relacji do

⁴⁵ Tamże, s. 6.

⁴⁶ Zob. A.K. S e n, *Rational Fools: A Critique of the Behavioral Foundations of Economic Theory*, „Journal of Philosophy and Public Affairs” 6(1977) nr 4, s. 317-344.

⁴⁷ P a i n e, *Cases in Leadership, Ethics, and Organizational Integrity*, s. 16.

⁴⁸ K l i m c z a k, dz. cyt., s. 105.

⁴⁹ Tamże, 106.

konkurentów [...]. Tworzenie nowych produktów, nowych rynków, nowych metod produkcji i organizacji oraz ulepszanie już istniejących są przykładami działań konstruktywnych”⁵⁰.

(3) „Zasada formalnej równości stanowi, że o ile realne szanse uczestnictwa w konkurencji ekonomicznej, utrzymania się w branży i rozwoju firmy są zawsze zróżnicowane, o tyle szanse formalne powinny być równe [...]. Firmy mają prawo korzystać ze swoich realnych przewag nad konkurentami pod warunkiem, że nie narusza to formalnej równości szans. Zatem jeżeli pewna firma dzięki rosnącym korzyściom skali produkuje po najniższym koszcie, to ma prawo i obowiązek oferować swój produkt po najniższej cenie. Natomiast oferowanie produktu poniżej kosztu w celu wyeliminowania rywali zagraża formalnej równości szans konkurentów”⁵¹.

(4) „Zasada poszanowania podmiotów zewnętrznych określa, że słuszne są tylko takie działania konkurencyjne, które nie naruszają godności klientów lub konkurentów”⁵².

(5) „Pozytywna konkurencja powinna być zgodna z wszelkimi ogólnie przyjętymi normami moralnymi oraz obowiązującym prawem”⁵³.

Klimczak zauważa jednak, że omówiona przezeń koncepcja pozytywnej konkurencji nie daje odpowiedzi na pytania, „czy monopol powinien korzystać ze swej realnej przewagi i stosować praktyki monopolistyczne lub czy firmy mają prawo do zatajania informacji”⁵⁴. Dodam kolejne pytanie w odniesieniu do zasady pierwszej: Czy rzeczywiście konkurujące firmy nie potrzebują wiedzy o działaniach konkurentów? Przecież w praktyce gospodarczej każdy podmiot uzyskuje jakąś wiedzę o tym, co wytwarzają inni jako potencjalni lub faktyczni konkurenci. Autorka ocenia pozytywnie trzy pierwsze zasady, które „wskazują pożądany kierunek rozwoju konkurencji”⁵⁵ ku rozwiązaniom coraz bardziej niezależnym i twórczym⁵⁶, oraz zasady czwartą i piątą jako „reguły uniwersalne, wynikające z obowiązku poszanowania godności ludzkiej”⁵⁷ i respektowania „elementarnych norm moralnych”⁵⁸.

Przedstawione zasady pozytywnej konkurencji są – jak sędzę – respektowane przez mniejszość właścicieli i menedżerów w Polsce, którzy nie podzielają przekonania zwolenników „czystego biznesu” w jego skrajnej formie,

⁵⁰ Tamże.

⁵¹ Tamże.

⁵² Tamże.

⁵³ Tamże.

⁵⁴ Tamże, s. 107.

⁵⁵ Tamże.

⁵⁶ Por. tamże.

⁵⁷ Tamże.

⁵⁸ Tamże.

jakoby konkurencja na rynku była walką wszystkich ze wszystkimi, a maksymalizacja zysku – najważniejszym celem biznesu. Oczywiście właściciele przedsiębiorstw dążą do osiągnięcia zysku jako gwarancji dalszego rozwoju firmy. W rozmowach z nimi często jednak spotykałem stwierdzenie, że stworzenie firmy i osiąganie materialnych sukcesów jest dla nich potwierdzeniem aksjologicznie i psychologicznie pojętej osobowej samorealizacji.

NAUCZANIE JANA PAWŁA II, BENEDYKTA XVI I FRANCISZKA W ODNIESIENIU DO GOSPODARKI

SOLIDARNOŚĆ, SPRAWIEDLIWOŚĆ I WOLNOŚĆ W GOSPODARCE

W artykule *Od separatyzmu do postawy solidarności*⁵⁹ przedstawiłem między innymi katolickie stanowisko solidarystyczne w odniesieniu do gospodarki i wolnego rynku oraz wartości, normy i zasady, które powinny być respektowane w działalności gospodarczej. Stanowisko to prezentowane jest w nauczaniu społecznym papieży Jana Pawła II i Benedykta XVI. W części drugiej niniejszego artykułu przypomnę poglądy tych papieży dotyczące bezpośrednio wolnego rynku oraz wartości i norm określających cele oraz sposoby działania podmiotów gospodarczych, zarówno instytucjonalnych (przedsiębiorstw), jak i indywidualnych (właściciele przedsiębiorstw i menedżerów). Przedstawię również poglądy papieża Franciszka, które nie zostały omówione w mojej wcześniejszej pracy.

Nauczanie papieży pozostaje oparte na przekonaniu, że „moralność, będąca zasadniczą częścią życia ekonomicznego, nie jest [wobec niego] ani neutralna, ani przeciwstawna: jeżeli inspiruje się sprawiedliwością i solidarnością”⁶⁰. W adhortacji apostolskiej *Evangelii gaudium* Franciszek zwraca się do bogatych, by wspomagali biednych w myśl wartości solidarności: „Wzywam was do bezinteresownej solidarności oraz do powrotu ekonomii i finansów do etyki sprzyjającej człowiekowi”⁶¹. Stanowisko solidarystyczne przyjmuje, że wartość solidarności międzyludzkiej nie tylko stanowi aksjologiczną podstawę istnienia społeczeństwa i rozwoju społecznego, lecz także zawiera przesłanie istotne dla kształtowania stosunków gospodarczych. W tym duchu, odwołując się do nauczania Jana Pawła II, Benedykt XVI wzywa do przyjęcia postawy odpowiedzialności wszystkich za wszystkich w ramach społeczeństwa

⁵⁹ Por. K a c z o c h a, „Od separatyzmu do postawy solidarności”, s. 163-172.

⁶⁰ Papieska Rada Iustitia et Pax, *Kompendium nauki społecznej Kościoła*, nr 332 (http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/justpeace/documents/rc_pc_justpeace_doc_20060526_compendio-dott-soc_pl.html).

⁶¹ F r a n c i s z e k, Adhortacja apostolska *Evangelii gaudium*, nr 58.

i podkreśla, że w przypadku stosunków gospodarczych solidarność nakazuje kształtowanie „wzajemnego zaufania”⁶².

Wartość sprawiedliwości eksponowana była szczególnie przez Jana Pawła II, który pisał, że „kluczowym problemem etyki społecznej jest [...] sprawa sprawiedliwej zapłaty za wykonywaną pracę”⁶³. Papież wskazywał na zasadniczy charakter tej normy w szczególności w odniesieniu do pracowników „obarczonych odpowiedzialnością za rodzinę”⁶⁴: płaca powinna wystarczać „na założenie i godziwe utrzymanie rodziny oraz na zabezpieczenie jej przyszłości”⁶⁵. W *Kompendium nauki społecznej Kościoła* wartość sprawiedliwości odniesiona została do wolnego rynku w sensie celowościowym oraz instrumentalnym (jako narzędzie): „Prawdziwy rynek konkurencyjny jest skutecznym narzędziem do realizowania ważnych celów sprawiedliwości, jak: ograniczenie przesadnego zysku poszczególnych przedsiębiorstw; odpowiadanie na wymogi konsumentów; realizowanie lepszego wykorzystania i oszczędzania zasobów; nagradzanie wysiłków przedsiębiorców i umiejętności wprowadzania innowacji, wymiana informacji, tak aby stała się możliwa prawdziwa konfrontacja i sprzedaż towaru w ramach zdrowej konkurencji”⁶⁶.

Stan wolności gospodarczej, w którym podmioty posiadające odpowiednie zdolności i kwalifikacje podejmują swobodne decyzje oraz działania, stanowi konieczny warunek rozwoju ekonomicznego i współtworzony jest przez wolne osoby. Jednakże Jan Paweł II zwraca uwagę na istotną kwestię: „Wolność gospodarcza jest tylko jednym z elementów ludzkiej wolności. Kiedy staje się niezależna, to znaczy kiedy człowieka traktuje się bardziej jako producenta czy konsumenta dóbr aniżeli jako podmiot, który produkuje i konsumuje po to, aby żyć, wtedy wolność traci konieczne odniesienie do osoby ludzkiej i ostatecznie wyobcowuje ją i przytłacza”⁶⁷.

WOLNY RYNEK I ZYSK

W encyklice *Centesimus annus* Jan Paweł II twierdzi, że „wolny rynek jest najbardziej skutecznym narzędziem wykorzystania zasobów i zaspokajania potrzeb”⁶⁸, nie powinien jednak tworzyć nawyków konsumpcyjnych zagra-

⁶² B e n e d y k t XVI, Encyklika *Caritas in veritate*, nr 35; por. też: tamże, nry 11, 13, 19, 21, 25, 27, 28, 36.

⁶³ J a n P a w e ł II, Encyklika *Laborem exercens*, nr 19.

⁶⁴ Tamże.

⁶⁵ Tamże.

⁶⁶ *Kompendium nauki społecznej Kościoła*, nr 226.

⁶⁷ J a n P a w e ł II, Encyklika *Centesimus annus*, nr 39.

⁶⁸ Tamże, nr 34.

zających ludzkiemu życiu⁶⁹ ani też służyć maksymalizowaniu przyjemności zmysłowych⁷⁰. Negatywne oddziaływanie rynku na życie człowieka oraz wyzłaszanie szkód ekologicznych musi być ograniczane za pomocą prawa. Nie wolno dopuszczać do zaistnienia bezgranicznej wolności gospodarczej ani nieregulowanego przez prawo stanowione wolnego rynku⁷¹.

Benedykt XVI również aprobuje istnienie wolnego rynku, a także – chyba jako pierwszy – łagodzi negatywną opinię o antyspołecznych skutkach rynku (przejawiających się na przykład w atomizacji społecznej, będącej następstwem pogoni na konsumpcją): „Społeczeństwo nie powinno się chronić przed rynkiem, tak jakby rozwój tego ostatniego pociągał za sobą ipso facto unicestwienie prawdziwie ludzkich stosunków. Jest z pewnością prawdą, że rynek może być ukierunkowany negatywnie, nie dlatego, że taka jest jego natura, ale dlatego, że pewna ideologia może mu taki kierunek nadać. Nie trzeba zapominać, że nie istnieje rynek w czystej postaci. Jego kształt jest odbiciem konfiguracji kulturowych, które go określają i wyznaczają mu kierunek”⁷². Należy zauważyć, że Benedykt XVI, pisząc o ideologii czystego rynku, miał zapewne na myśli poglądy zwolenników ekonomii neoklasycznej, którzy – jak wiadomo – posługiwali się pojęciem czystego rynku. Jego drugie twierdzenie, to o „kształcie” rynku, wydaje się natomiast niejasne: Czy chodzi o strukturę i zakresy działania rynku? Co oznacza konfiguracja kulturowa, której rynek jest odbiciem? Trudno jest zrekonstruować, co autor ma na myśli. Bez wątpienia ideologia ufundowana na ekonomii neoklasycznej, czyli ekonomii głównego nurtu, wyznacza kierunki-cele działania rynku globalnego oraz rynków krajowych w tych państwach, które minimalizują politykę gospodarczą, akceptując ideologiczne hasło leseferyzmu.

Benedykt XVI po raz pierwszy w historii nauczania społecznego Kościoła wskazał na antropologiczne nacechowanie rynku. Pisze on, że rynek jest „instytucją ekonomiczną, która umożliwia spotkanie osób jako podmiotów ekonomicznych, które regulują swoje relacje, posługując się kontraktem, i wymieniają zamienne dobra i usługi”⁷³. Osoby zatem powinny – jako podmioty – być świadome tego, że „każda decyzja ekonomiczna ma konsekwencje o charakterze moralnym”⁷⁴. Stwierdzenie to kieruje Papież do wszystkich podmiotów tworzących gospodarkę, a zwłaszcza do osób podejmujących decyzje inwestycyjne, albowiem każda taka decyzja ma „znaczenie moralne, a nie

⁶⁹ Por. tamże, nr 36.

⁷⁰ Por. tamże.

⁷¹ Por. tamże.

⁷² *Caritas in veritate*, nr 36.

⁷³ Tamże, nr 35.

⁷⁴ Tamże, nr 37.

tylko ekonomiczne”⁷⁵. W myśl antropologii personalistycznej Benedykt XVI stwierdza, że „przedsiębiorczość ma przede wszystkim znaczenie ludzkie, a dopiero potem zawodowe”⁷⁶.

Papież Franciszek w *Evangelii gaudium* przedstawia z kolei radykalnie krytyczną ocenę „ekonomii wykluczenia i nierówności społecznych”⁷⁷, która „zabija”⁷⁸ osoby ubogie, a zarazem depersonalizuje oraz instrumentalizuje ludzi: „Dzisiaj wszystko poddane jest rywalizacji i prawu silniejszego [...] samego człowieka uważa się za dobro konsumpcyjne, które można użyć, a potem wyrzucić. Daliśmy początek kulturze «odrzuć»”⁷⁹. „Niektórzy bronią jeszcze «teorii skapywania» – pisze Papież – zakładającej, że każdy wzrost ekonomiczny, któremu sprzyja wolny rynek, jest zdolny sam w sobie stworzyć większą sprawiedliwość [...] Opinia ta, nigdy niepotwierdzona przez fakty, wyraża prostoduszną i naiwną dobroć tych, którzy mają władzę ekonomiczną”⁸⁰. Zdaniem Franciszka „nierównowaga” między bogatymi, posiadającymi władzę ekonomiczną, a biednymi rodzi się z ideologii broniącej absolutnej autonomii rynków i spekulacji finansowych. Dlatego negowane jest prawo do ich kontroli przez państwo – powołane przeciw do obrony dobra wspólnego. Zdaniem Papieża nie możemy już dalej pokładać ufności w działaniu ślepych sił i niewidzialnej ręki rynku⁸¹. Franciszek, podobnie jak Jan Paweł II i Benedykt XVI, w myśl zasady głoszącej, że „godność każdej osoby ludzkiej oraz dobro wspólne to kwestie, które powinny nadawać kształt całej polityce ekonomicznej”⁸², postuluje kontrolę gospodarki i wolnego rynku przez państwo. W związku z tym politycznym postulatem należy przypomnieć wypowiedź Jana Pawła II, który politykę rozumiał jako „roztropną troskę o dobro wspólne”⁸³.

Również w odniesieniu do kwestii zysku z działalności gospodarczej należy przypomnieć stanowisko Jana Pawła II, który stwierdza, że „Kościół uznaje pozytywną rolę zysku jako wskaźnika dobrego funkcjonowania przedsiębiorstwa”⁸⁴, zysk nie jest jednak „jedynym regulatorem życia przedsiębiorstwa;

⁷⁵ Tamże, nr 40.

⁷⁶ Tamże, nr 41.

⁷⁷ *Evangelii gaudium*, nr 53.

⁷⁸ Tamże.

⁷⁹ Tamże. Zob. też: C. S e d m a k, *Kościół ubogich. Papież Franciszek i transformacja ortodoksji*, tłum. D. Chabrajska, Instytut Wydawniczy Pax, Warszawa 2018. W rozdziale trzecim, zatytułowanym „Ubóstwo i zranienie wiedzą”, Sedmak przedstawia teologiczną oraz antropologiczną wykładnię poglądów Franciszka na temat ubóstwa i wykluczenia społecznego.

⁸⁰ *Evangelii gaudium*, nr 53.

⁸¹ Por. tamże, nry 57, 198-201, 204.

⁸² Tamże, nr 203.

⁸³ *Laborem exercens*, nr 20.

⁸⁴ *Centesimus annus*, nr 35.

obok niego należy brać pod uwagę czynniki ludzkie i moralne⁸⁵. Benedykt XVI negatywnie ocenia pomnażanie zysku przez spekulacje finansowe i sugeruje przeznaczanie go na inwestycje gospodarcze „w miejscu, w którym został wytworzony”⁸⁶. Papież Franciszek zaś z dezaprobatą pisze, że „zasada maksymalizacji zysku, w oderwaniu od wszystkich innych względów [czyli uwąrunkowań etycznych, społecznych i ekologicznych – W.K.], jest wypaczeniem pojęcia ekonomii”⁸⁷. Ponownie należy zauważyć, że Papież, nie wymieniając ekonomii głównego nurtu, kieruje krytykę w stronę tej orientacji teoretycznej, która osiąganie zysku z działalności gospodarczej traktuje jako cel nadrzędny. Warto w tym miejscu przypomnieć, że również twórcy ekonomii neoinstytucjonalnej krytycznie odnoszą się do uznawania zysku za priorytetowy cel gospodarki. Zdaniem Ewy Mączyńskiej (która część ekonomii koncentrującą się na sposobach zarabiania pieniędzy nazywa „chrematystyką”) taki wybór celu sprawia, że w praktyce dopuszczalne stają się wszystkie działania prowadzące do zarobku, zysku czy pieniędzy i pojawia się tendencja do interpretacji rozwoju gospodarczego oraz społecznego (a także kierowania nim) „wyłącznie przez pryzmat transakcji rynkowych i ich zyskowości”⁸⁸.

CNOTY I NORMY MORALNE ODNOSZĄCE SIĘ DO KONKURENCJI NA WOLNYM RYNKU

W nauce społecznej Kościoła przyjęto założenie, że moralność jest „zasadniczą częścią życia ekonomicznego”⁸⁹ w tym znaczeniu, że istnieje konieczna „zależność pomiędzy moralnością i ekonomią [...]: działalność ekonomiczna i zachowanie moralne wzajemnie się przenikają”⁹⁰. Na płaszczyźnie antropologicznej podmiotami tworzącymi gospodarkę i wolny rynek są konkretne osoby, które przyjmują określone wartości i normy moralne, rozróżniają to, co pozytywne, od tego, co negatywne, a zatem zawsze działają również na płaszczyźnie aksjologicznej. Sądzę, że fakt działania na tych dwóch płaszczyznach uzasadnia doniosłość zależności (związków) międzyosobowych w tworzeniu gospodarki oraz uczestnictwie w wolnym rynku.

⁸⁵ Tamże.

⁸⁶ *Caritas in veritate*, nr 40.

⁸⁷ Franciszek, Encyklika *Laudato si'*, nr 195. W *Evangelii gaudium* Franciszek wypowiada stanowcze „«nie» dla nowego bałwochwalstwa pieniądza” (nr 55).

⁸⁸ E. Mączyńska, *Asymetrie społeczno-gospodarcze w kontekście teorii ekonomii i etyki*, w: *Etyka i ekonomia. W stronę nowego paradygmatu*, red. E. Mączyńska, J. Sójka, Polskie Towarzystwo Ekonomiczne, Warszawa 2017, s. 203.

⁸⁹ *Kompendium nauki społecznej Kościoła*, nr 332.

⁹⁰ Tamże, nr 331.

Odwołując się do obu płaszczyzn – osobowej, czyli antropologicznej, oraz aksjologicznej – Jan Paweł II i Benedykt XVI wskazują na konieczność respektowania przez podmioty (osoby) konkurujące na wolnym rynku określonych cnót i norm etycznych. Jan Paweł II zaleca urzeczywistnianie cnót takich, jak: „rzetelność, pracowitość, roztropność w podejmowaniu decyzji uzasadnionego ryzyka, wiarygodność i wierność w relacjach międzyosobowych, męstwa we wprowadzaniu w życie decyzji trudnych i bolesnych, lecz koniecznych dla wspólnej pracy przedsiębiorstwa i dla zapobieżenia ewentualnym katastrofom”⁹¹. Przez cnotę Papież rozumie tutaj wiedzę jednostki o tym, jaki sposób postępowania jest etycznie i profesjonalnie właściwy, oraz odpowiadającą tej wiedzy postawę. Podkreślić należy praktyczne znaczenie cnoty roztropności w gospodarce i w działalności wolnorynkowej. Odwołując się do posiadanej wiedzy, roztropni przedsiębiorcy i menedżerowie rozważają, czy wytwarzane produkty i usługi sprzedawane na wolnym rynku nie przyniosą negatywnych skutków dla życia ludzi oraz dla ich duchowego rozwoju, a także czy nie spowodują one szkód ekologicznych. Jeśli pojawienie się jakichkolwiek szkód jest możliwe, przedsiębiorcy powinni podjąć odważną decyzję o zaniechaniu produkcji, świadczeniu usług bądź o korekcie swoich projektów. Decyzja taka wymaga posiadania innej cnoty, a mianowicie cnoty męstwa, czyli osobistej odwagi decyzyjnej. Cecha ta jest niezbędna w działalności gospodarczej, zwłaszcza w przypadku podejmowania decyzji inwestycyjnych, które zawsze obarczone są ryzykiem spowodowania negatywnych skutków finansowych, społecznych lub ekologicznych.

Chociaż – jak już wspominałem – zdaniem Jana Pawła II „wolny rynek jest najbardziej skutecznym narzędziem wykorzystania zasobów i zaspakajania potrzeb”⁹², nie jest on w stanie realizować tych potrzeb, które „ze swej natury nie mogą być zwykłymi towarami”⁹³, sprzedawanymi zgodnie z zasadą rywalizacji cenowej. Należy przypuszczać, że Papież miał na myśli przede wszystkim dobra oraz posługi religijne, zapewne również świadczenia lekarskie, w szczególności zapobiegające cierpieniu, osiągnięcia naukowe z zakresu nauk podstawowych (nie zaś nauk stosowanych czy technologii), a także dobra kultury podlegające ochronie prawnej. Jan Paweł II głosił też zasadę respektowania w gospodarce i na wolnym rynku prawa stanowionego, które reguluje działania instytucjonalne oraz indywidualne, w tym reguły prowadzenia konkurencji⁹⁴.

Benedykt XVI przedstawił z kolei normę kształtowania „wzajemnego zaufania”⁹⁵ na wolnym rynku jako warunek urzeczywistniania wartości soli-

⁹¹ *Centesimus annus*, nr 32.

⁹² Tamże, nr 34.

⁹³ Tamże, nr 40.

⁹⁴ Por. tamże, nry 40, 48.

⁹⁵ *Caritas in veritate*, nr 35.

darności przez osoby będące konkurującymi podmiotami. Należy zauważyć, że jest to doniosła praktycznie wykładnia wartości solidarności – wartości, która tradycyjnie nie jest wiązana z rywalizacją rynkową. Normę wzajemnego zaufania objaśnia *Kompendium nauki społecznej Kościoła*: „W twórczości i we współpracy widoczna jest prawdziwa koncepcja współzawodnictwa przedsiębiorców: *cum-petere*, tzn. wspólne poszukiwanie najlepszych rozwiązań, aby odpowiedzieć w jak najwłaściwszy sposób na coraz nowe potrzeby”⁹⁶. Norma wzajemnego zaufania jest – jak sądzę – psychologiczną i aksjologiczną podstawą osiągania kompromisów na wolnym rynku. Zapobiega ona konfliktom między osobami oraz instytucjami, a także – w szerszym wymiarze – przyczynia się do zachowania pokoju społecznego, bez którego niemożliwy jest rozwój gospodarki ani realizacja innych wartości składających się na dobro wspólne. Jak bowiem stwierdza papież Franciszek: „Dobro wspólne wymaga pokoju społecznego, a mianowicie bezpieczeństwa i stabilności określonego ładu”⁹⁷.

ZASADY ODNOSZĄCE SIĘ DO ROZWOJU GOSPODARKI

W encyklice *Laborem exercens* Jan Paweł II pisze, że człowiek jako osoba jest „bytem podmiotowym uzdolnionym do planowego i celowego działania, zdolnym do stanowienia o sobie i zmierzającym do spełnienia siebie. Jako osoba jest tedy człowiek podmiotem pracy”⁹⁸. Jeżeli działalność ludzi jako osób na wolnym rynku uznamy za swoistą dla nich pracę, to można sformułować personalistyczną zasadę głoszącą, że uczestnikom konkurencji wolnorynkowej nie wolno traktować siebie przedmiotowo – jako towaru na sprzedaż ani jako użytecznego środka służącego maksymalizacji zysku. Odwołując się do nauczania Benedykta XVI, który głosił, że rynek umożliwia spotkania osób jako podmiotów ekonomicznych, zasadę tę można nazwać – jak stwierdziłem uprzednio – antropologicznym nacechowaniem rynku: wolny rynek nie tylko gromadzi rzeczy i zasoby, lecz jest także rozległym miejscem spotkania osób obdarzonych zdolnością komunikacji. Nie wolno traktować człowieka jak dobra konsumpcyjnego, które używa się, a następnie „wyrzuca”. Jeśli tak postępujemy – stwierdza Franciszek – przyczyniamy się do powstania kultury „odrzućcia”⁹⁹.

Inna zasada sformułowana przez Jana Pawła II głosi, że „stoimy w obliczu pewnego «nadrozwoju», który także jest niedopuszczalny, bowiem tak

⁹⁶ *Kompendium nauki społecznej Kościoła*, nr 343.

⁹⁷ *Laudato si'*, nr 157.

⁹⁸ *Laborem exercens*, nr 6.

⁹⁹ *Evangelii gaudium*, nr 53.

samo jak niedorozwój sprzeciwia się on dobru i prawdziwemu szczęściu¹⁰⁰. Wskutek nadrozwoju powstaje „tak zwana cywilizacja «spożycia» czy konsumizm¹⁰¹. „Wszyscy z bliska obserwujemy smutne skutki tego ślepego podania się czystej konsumpcji: przede wszystkim jakiś rażący materializm¹⁰². Również Benedykt XVI pisze o „rozrzućnym i konsumpcyjnym nadrozwoju, który w sposób niedopuszczalny kontrastuje z utrzymującymi się sytuacjami odbierającymi człowiekowi godność ludzką¹⁰³. Na podstawie cytowanych poglądów sformułować można „negatywną” zasadę rozwoju gospodarczego i działania wolnego rynku, zalecającą samoograniczenie w produkowaniu rzeczy i świadczeniu „wymyślnych” usług, a tym samym tworzeniu nienaturalnych potrzeb konsumpcyjnych. W sytuacji nadrozwoju osoby dążą jedynie do posiadania dóbr (pragną „mieć”), rezygnują z życia według wartości etycznych czy religijnych, czy też – mówiąc ogólniej – zaprzestają uczestniczyć w kulturze duchowej (zatracają dążenie, aby „być”).

Kolejną zasadę przedstawił papież Franciszek w związku z pojęciem paradygmatu technokratycznego, które pozwala ukazać tło nieograniczonego dziś wykorzystywania zasobów przyrody. Papież zwraca uwagę, że „w istocie technika dąży do tego, aby nic nie pozostawało poza jej żelazną logiką¹⁰⁴ użytkowania przyrody. Stwierdza przy tym z aprobatą, że technologia – zwłaszcza zaś jej zastosowanie „w medycynie, inżynierii i komunikacji¹⁰⁵ – „przyniosła środki zaradcze na niezliczone nieszczęścia, jakie nękały i ograniczały człowieka¹⁰⁶. Zauważa jednak, że paradygmat technokratyczny związany jest z ideą „nieskończonego czy też nieograniczonego wzrostu, która tak bardzo zachwycała ekonomistów, teoretyków, finansistów i teoretyków technologii¹⁰⁷. „Zakłada ona fałszywe przekonanie o nieskończonej dostępności dóbr naszej planety, co prowadzi do ich «wyciskania» aż do ostatecznych granic, a nawet ponad granice¹⁰⁸. Zdaniem Franciszka „obsesyjny konsumpcjonizm jest subiektywnym odzwierciedleniem paradygmatu technokratycznego¹⁰⁹. Wzywa on zatem do przeciwstawienia się „logice rozumu instrumentalnego” przejawiającego się w akceptacji owego paradygmatu – logice prowadzącej do wyniszczenia przyrody – oraz do „nawrócenia ekologicznego¹¹⁰, czyli przekształcenia świadomości

¹⁰⁰ J a n P a w e ł II, Encyklika *Sollicitudo rei socialis*, nr 28.

¹⁰¹ Tamże.

¹⁰² Tamże.

¹⁰³ *Caritas in veritate*, nr 35.

¹⁰⁴ *Laudato si'*, nr 108; por. też: tamże, nr 104-105.

¹⁰⁵ Tamże, nr 102.

¹⁰⁶ Tamże.

¹⁰⁷ Tamże, nr 106.

¹⁰⁸ Tamże.

¹⁰⁹ Tamże, nr 203.

¹¹⁰ Tamże, nr 216.

mości jednostkowej oraz społecznej w kierunku uznania wartości przyrody, a tym samym powstrzymania jej dewastacji. Należy stwierdzić, że przedstawiona przez Franciszka zasada – jej negatywnym rozumieniu – wskazuje na konieczność porzucenia paradygmatu technokratycznego jako idei oraz na potrzebę rezygnacji z posługiwania się rozumem instrumentalnym w gospodarce, w polityce i na wolnym rynku, a także na imperatyw powstrzymania konsumpcjonizmu. W znaczeniu pozytywnym zasada ta wzywa technokratów, polityków i każdego „zwykłego” człowieka do nawrócenia ekologicznego. „Nie da się – pisze Franciszek – stworzyć relacji z naturą bez odnowionego człowieka. Nie ma ekologii bez właściwej antropologii”¹¹¹.

Należy również wspomnieć zasadę odnoszącą się do gospodarki i wolnego rynku, którą Jan Paweł II sformułował w encyklice *Centesimus annus*. Pisał tam o „zapotrzebowaniu na jakość: jakość towarów produkowanych i konsumowanych, jakość usług, z których się korzysta, jakość środowiska naturalnego i życia w ogóle”¹¹². Sądzę, że zasadę tę kierował nie tylko do producentów towarów i usług, lecz także do konsumentów.

*

Przedstawione artykuły rozważania prowadzą do następujących konkluzji:

(1) Separatystyczne stanowisko teoretyków ekonomii neoklasycznej wobec etyki i kultury, czyli przekonanie, że gospodarka jest autonomicznym systemem niepodlegającym żadnym regulacjom kulturowym (również etycznym) jest słabo uzasadnione teoretycznie. Zarówno cytowani wyżej teoretycy tego nurtu ekonomii, jak i praktycy uprawiający działalność gospodarczą oraz politycy optujący za owym założeniem przedstawiają swoją argumentację w języku hasła ideologii neoliberalnej. Kwestia ideologizacji ekonomii neoklasycznej oraz gospodarki nie była w niniejszym artykule analizowana. Należy jednak zauważyć, że ideologia neoliberalna nie tylko jest krytykowana w ramach ekonomii neoinstytucjonalnej oraz nauczania społecznego Kościoła katolickiego, ale również ponosi klęskę w sferze polityki, gdy obywatele państw demokratycznych, wybierając władze polityczne, odmawiają głosowania na partie liberalne.

(2) Ekonomię neoinstytucjonalną można uznać za swoiście uspołecznioną i uetycznioną wersję ekonomii neoklasycznej głównego nurtu. Podobnie jak neoklasycy, jej przedstawiciele akceptują wolny rynek – musi on jednak być regulowany za pomocą prawa, jak również przez społeczne siły przeciwważne, czyli przez organizację społeczeństwa obywatelskiego oraz określone (pozy-

¹¹¹ Tamże, nr 118.

¹¹² *Centesimus annus*, nr 36.

tywne) zasady konkurowania. Zasady te mają charakter reguł profesjonalnych i jednocześnie posiadają status etyczny – kto bowiem realizuje zasady w prowadzeniu konkurencji zasługuje na społeczną aprobatę etyczną.

(3) Twórcy katolickiego stanowiska solidarystycznego, Jan Paweł II, Benedykt XVI i Franciszek, w swoim nauczaniu społecznym przedstawiają holistyczną koncepcję społeczeństwa i gospodarki oraz wolnego rynku. Koncepcję tę nazywam holistyczną, ponieważ opisuje ona konieczne i rozpoznawalne związki przyczynowe między gospodarką a społeczeństwem i etyką oraz uzasadnia je teologicznie i filozoficznie. Sądzę, że twórcy gospodarki oraz politycy – niezależnie od swojej orientacji religijnej – mogą w owej holistycznej wykładni odnaleźć wartości, zasady profesjonalnego działania i normy postępowania w sferze gospodarki oraz na wolnym rynku służące podnoszeniu etycznego poziomu życia gospodarczego i społecznego. Właściciele i menedżerowie biznesu realizujący postulaty społecznie odpowiedzialnej gospodarki (bądź zamierzający to czynić) – bez względu na wyznawany światopogląd – mają intelektualny i etyczny obowiązek przyjęcia zasad pozytywnej konkurencji, a także wartości, norm i cnót etycznych rekomendowanych w nauce społecznej trzech ostatnich zwierzchników Kościoła. Zasady pozytywnej konkurencji sformułowane w ramach ekonomii neoinstytucjonalnej oraz stanowisko papieży zawarte w nauce społecznej Kościoła katolickiego są przekonujące w sensie intelektualnym oraz przydatne praktycznie w codziennym kierowaniu rozwojem gospodarczym.

BIBLIOGRAFIA / BIBLIOGRAPHY

- Akerlof, George, and Robert J. Shiller. *Złowić frajera: Ekonomia manipulacji i oszustwa*. Translated by Zbigniew Matkowski. Warszawa: Polskie Towarzystwo Ekonomiczne, 2017.
- Benedict XVI. Encyclical Letter *Caritas in Veritate*. Città del Vaticano: Libreria Editrice Vaticana, 2009.
- Buchanan, James M. “Wyłanianie się ładu.” Translated by Krzysztof Gurba. *Znak-Idee*, no. 6 (1994): 108–21.
- Francis. Apostolic Exhortation *Evangelií Gaudium*. Città del Vaticano: Libreria Editrice Vaticana, 2013.
- . Encyclical Letter *Laudato Si'*. Città del Vaticano: Libreria Editrice Vaticana, 2015.
- Friedman, Milton. “Społeczną powinnością biznesu jest pomnażanie zysków.” Translated by Jacek Sójka. In *Etyka biznesu: Z klasyki współczesnej myśli amerykańskiej*. Edited by Leo V. Ryan and Jacek Sójka. Poznań: Wydawnictwo “W drodze”: 1997.

- Fryzeł, Barbara. *Kultura a konkurencyjność przedsiębiorstwa*. Toruń: Towarzystwo Naukowe Organizacji i Kierownictwa Dom Organizatora, 2004.
- Galbraith, John K. *Spółczesność dobrobytu: Państwo przemysłowe*. Translated by Jerzy Prokopiuk and Zofia Zinserling. Warszawa: Państwowy Instytut Wydawniczy, 1973.
- . *Ekonomia w perspektywie: Krytyka historyczna*. Translated by Wiesława Rączkowska and Stanisław Rączkowski. Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Ekonomiczne, 1992.
- . *American Capitalism: The Concept of Countervailing Power*. New York: Houghton Mifflin, 1952.
- Gołata, Krzysztof. “Społeczna nieodpowiedzialność biznesu a niszczenie wizerunku przedsiębiorstwa.” *Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny* 74, no. 4 (2017): 215–24.
- von Hayek, Friedrich A. “Ład rynkowy, czyli katalaksja.” *Znak-Idee*, no. 6 (1994): 48–60.
- John Paul II. Encyclical Letter *Centesimus Annus*. Città del Vaticano: Libreria Editrice Vaticana, 1991.
- . Encyclical Letter *Laborem Exercens*. Città del Vaticano: Libreria Editrice Vaticana, 1981.
- . Encyclical Letter *Sollicitudo Rei Socialis*. Città del Vaticano: Libreria Editrice Vaticana, 1987.
- Kaczocho, Włodzimierz. “Od separatyzmu do postawy solidarności: Normy etyczne a wolny rynek.” *Ethos* 31, no. 1 (121) (2018): 149–73.
- . *Demokracja proceduralna oraz republikańska*. Poznań: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, 2004.
- Kaleta, Andrzej. *Strategia konkurencji w przemyśle*. Wrocław: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego, 2010.
- Klimczak, Bożena. *Etyka gospodarcza*. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego, 2011.
- Mączyńska, Ewa. „Asymetrie społeczno-gospodarcze w kontekście teorii ekonomii i etyki.” In *Etyka i ekonomia: W stronę nowego paradygmatu*. Edited by Ewa Mączyńska and Jacek Sójka. Warszawa: Polskie Towarzystwo Ekonomiczne, 2017.
- Paine, Lynn S. “Ideals of Competition and Today’s Marketplace.” In *Enriching Business Ethics*. Edited by Clarence C. Walton. New York: Plenum Publishing Co., 1990.
- . *Cases in Leadership, Ethics, and Organizational Integrity: A Strategic Perspective*. Chicago: Irwin, 1997.
- Pratley, Peter. *Etyka w biznesie*. Translated Marek Albigowski. Warszawa: Gebethner & Ska, 1998.
- Papieska Rada Iustitia et Pax. *Kompendium nauki społecznej Kościoła*. http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/justpeace/documents/rc_pc_justpeace_doc_20060526_compendio-dott-soc_pl.html.

- Ratajczak, Marek. "Instytucjonalizm – wzbogacenie czy alternatywa ekonomii głównego nurtu." In *Ład instytucjonalny w gospodarce*. Edited by Barbara Polaszkiwicz and Jerzy Boehlke. Toruń: Wydawnictwo Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, 2005.
- Sedmak, Clemens. *Kościół ubogich. Papież Franciszek i transformacja ortodoksji*. Translated by Dorota Chabrajska. Warszawa: Instytut Wydawniczy Pax, 2018.
- Sen, Amartya K. "Rational Fools: A Critique of the Behavioral Foundations of Economic Theory." *Journal of Philosophy and Public Affairs* 6, no. 4 (1977): 317–44.
- Stankiewicz, Marek J. *Konkurencyjność przedsiębiorstwa: Budowanie konkurencyjności przedsiębiorstwa w warunkach globalizacji*. Toruń: Towarzystwo Naukowe Organizacji i Kierownictwa Dom Organizatora, 2005.
- Sternberg, Elaine. *Czysty biznes: Etyka biznesu w działaniu*. Translated by Paweł Łuków. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 1998.
- . *Just Business: Business Ethics in Action*. London: Little Brown & Co., 1994.
- Taylor, Edward. *Teoria produkcji*. Warszawa and Łódź: Wydawnictwo K. Rutskiego, 1947.
- Zboroń, Halina. *Teorie ekonomiczne w perspektywie poznawczej konstruktywizmu społecznego*. Poznań: Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, 2005.

ABSTRAKT / ABSTRACT

Włodzimierz KACZOCHA – Ku pozytywnej konkurencji i solidarności społecznej. Wartości i normy etyczne w gospodarce wolnorynkowej
DOI 10.12887/33-2020-1-129-11

W części pierwszej artykułu zaprezentowano stanowisko ekonomii neoklasycznej (tzw. ekonomii głównego nurtu) uzasadniające autonomię gospodarki i wolnego rynku w stosunku do etyki, polityki i państwa. Przedstawiono Elaine Sternberg koncepcję „czystego biznesu”, w której autorka, zgodnie z założeniami ekonomii głównego nurtu, przyjmuje, że celem działalności gospodarczej jest maksymalizacja zysku, i cel ten interpretuje jako wartość oraz normę etyczną. Opozycyjne stanowisko sformułowali twórcy ekonomii instytucjonalnej i neoinstytucjonalnej, głosząc pogląd, że gospodarka rozwija się w kontekście kultury i w powiązaniu z etyką. Współtwórca tego nurtu James M. Buchanan pisze, że człowiek tworzący gospodarkę musi jako jednostka dokonać swego skoku moralnego, przekroczyć swoje egoistyczne interesy. John K. Galbraith dowodzi z kolei, że wolny rynek kontrolowany jest przez społeczne „siły przeciwważne”, między innymi przez organizacje społeczeństwa obywatelskiego. W oparciu o te poglądy Lynn S. Paine opracowała zasady „pozytywnej konkurencji”. W części drugiej artykułu przedstawiono stanowisko papieży Jana Pawła II, Benedykta XVI i Franciszka dotyczące rozwoju gospodarki, w tym ich interpretację wartości solidarności, sprawiedliwości oraz

wolności jako aksjologicznych podstaw działalności gospodarczej osób oraz instytucji. Omówiono szczegółowo poglądy Franciszka, który krytykuje założenia ekonomii głównego nurtu oraz „paradygmat technokratyczny” przyjmowany w środowiskach ekonomistów i technokratów dążących do maksymalnej eksploatacji przyrody. Przedstawiono również głoszone przez wymienionych papieży zasady, cnoty i normy moralne dotyczące celów rozwoju gospodarki oraz działania podmiotów (osób) na wolnym rynku. W zakończeniu zawarto uwagi krytyczne autora wobec ekonomii neoklasycznej oraz uzasadnienie respektowania w działalności gospodarczej reguł pozytywnej konkurencji, a także nauczania społecznego wypracowanego przez Kościół katolicki.

Słowa kluczowe: ekonomia neoklasyczna, ekonomia neoinstytucjonalna, czysty biznes, siły przeciwważne, pozytywna konkurencja, paradygmat technokratyczny, etyka wolnego rynku, solidaryzm społeczny, społeczne nauczanie Kościoła katolickiego

Kontakt: Europejska Wyższa Szkoła Biznesu, Al. Niepodległości 6, 61-874 Poznań

E-mail: wkaczocho@gmail.com

Tel. 61 6580682

<http://ue.poznan.pl/pl/universytet,c13/wydzialy,c18/wydzial-ekonomii,c19/katedra-socjologii-i-filozofii,c2966/pracownicy,c2968/wspolpracownicy-katedry,c2975/prof-dr-hab-wlodzimierz-kaczocho,a23773.html>

Włodzimierz KACZOCHA, Towards Positive Competition and Social Solidarity: Ethical Values and Standards in a Free-Market Economy

DOI 10.12887/33-2020-1-129-11

The first part of the article describes the views characteristic of neoclassical economics (or, the so-called mainstream economics) on the autonomy of an economy and free market, postulating their independence of ethics, politics, or the State. In this context, Elaine's Sternberg's idea of "just business" is presented. Following the principles of mainstream economics, Sternberg assumes that profit maximization is the aim of economic activity and considers this aim as a value and an ethical norm. An opposing standpoint has been adopted by institutional and neoinstitutional economics, whose proponents claim that an economy, while developing in a particular cultural context, is inevitably related to an ethic. James M. Buchanan, a cofounder of this current, writes that an individual engaging in an economic activity must take a moral "leap" and go beyond her egoistic interests. In turn, John K. Galbraith argues that free market is controlled by social countervailing powers, such as civil society organization. Based on these views, Lynn S. Paine has developed the principles of "positive competition." The second part of the paper discusses the Catholic social solidarism and presents the teaching of John Paul II, Benedict XVI, and Francis on the economic development and on the values of solidarity, justice, and freedom as axiological foundations for economic activity undertaken by in-

dividuals and institutions. Particular attention has been given to pope Francis's criticism of the principles of mainstream economics and of the "technocratic paradigm" adopted by the economists and technocrats attempting to maximize the exploitation of nature. The article also addresses the principles, virtues, and moral standards endorsed by the popes in the context of the aims of economic development and economic activity of individuals (persons) on the free market. In the section concluding the paper, the author proposes his critique of neo-classical economics and explains why the principles of positive competition, as well as the social teaching of the Catholic Church, must be respected in an economic practice.

Keywords: neoclassical economics, neoinstitutional economics, just business, countervailing powers, positive competition, technocratic paradigm, free-market ethics, social solidarism, Catholic social teaching

Contact: Europejska Wyższa Szkoła Biznesu, Al. Niepodległości 6, 61-874 Poznań, Poland

E-mail: wkaczocha@gmail.com

Phone: +48 61 6580682

<http://ue.poznan.pl/pl/uniwersytet,c13/wydzialy,c18/wydzial-ekonomii,c19/katedra-socjologii-i-filozofii,c2966/pracownicy,c2968/wspolpracownicy-katedry,c2975/prof-dr-hab-wlodzimierz-kaczocha,a23773.html>