

**Anna Kwiecień**

Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach

## **ZAUFANIE DO FIRM A ŁAD KORPORACYJNY**

### **Wprowadzenie**

Rozwijająca się kultura wygórowanych oczekiwań finansowych menedżerów, agresywne przejęcia i przyspieszone restrukturyzacje, prywatyzacja w krajach zachodnich, a także, dzięki oszczędnościom emerytalnym, niebywały wzrost udziału społeczeństwa w rynkach papierów wartościowych; wygenerowały wiele pytań dotyczących zagadnień, które przez całe lata były znane tylko specjalistom. Stało się jasne, że funkcjonowanie rynku wymaga zaufania nie tylko wielkich, ale i drobnych inwestorów, a naruszone zaufanie do systemu nadzoru właścicielskiego cały ten układ może poważnie destabilizować<sup>1</sup>.

W efekcie kryzysu większość decydentów zaczęła zastanawiać się nad wprowadzeniem mechanizmów pozwalających uniknąć tego typu niepowodzeń w przyszłości, poprzez zapewnienie pełnej przejrzystości operacji finansowych i decyzji zarządów. Dokonała się fundamentalna zmiana sposobu myślenia top menedżerów. Przestali oni koncentrować się na partykularnym interesie udziałowców (*shareholders*), a wzięli pod uwagę cały system biznesowy i wszystkich interesariuszy (*stakeholders*), czyli instytucje, osoby i społeczności stanowiące pełne otoczenie działania firmy. Doszli do wniosku, że właśnie te elementy w perspektywie czasu przyczynią się do budowania wartości, a tym samym zwiększania zyskowności. Zmiana sposobu myślenia wynikała z prostej analizy ekonomicznej. Budowanie długookresowej pozycji spółki zależy bowiem od właściwego współlistnienia oraz współpracy z otoczeniem organizacji.

Gdy spółka zwiększa skalę działania i zwiększa się liczba akcjonariuszy, możliwość bezpośredniego wywierania przez nich wpływu na funkcjonowanie spółki ulega znacznemu osłabieniu, dlatego istotne staje się ustalenie właściwych relacji pomiędzy nimi jako współwłaścicielami a zarządem. Przepisy prawa regulują tylko podstawy tych relacji. O budowaniu zaufania akcjonariuszy do spółki decyduje natomiast istnienie i przestrzeganie pewnych zasad będących zbiorem zaleceń formułowanych przez dane środowisko. Zasady te zebrane są

---

<sup>1</sup> H. Sterniczuk: *Instrumenty nadzoru korporacyjnego*. CEO Magazyn Top Menedżerów, maj 2006.

w Kodeksie dobrych praktyk, a ten z kolei jest jedną z podstaw ładu – nadzoru korporacyjnego<sup>2</sup>.

Ład korporacyjny definiuje się zwykle jako system, zgodnie z którym są kierowane i zarządzane przedsiębiorstwa<sup>3</sup>, oraz jako ogół relacji pomiędzy kierownictwem, zarządem oraz akcjonariuszami przedsiębiorstwa, a także innymi zainteresowanymi stronami<sup>4</sup>.

Z badań Boston Consulting Group wynika, że inwestorzy obdarzają zaufaniem te spółki, które stosują zasady ładu korporacyjnego (*Corporate Governance*) w codziennych relacjach z rynkiem<sup>5</sup>. Co to oznacza w praktyce? Odpowiedzialność kierownictwa firmy za decyzje strategiczne oraz właściwą politykę informacyjną zapewniającą pełną przejrzystość spółki.

Na tle takich rozważań przyjęto, że celem niniejszego artykułu jest prezentacja nadzoru korporacyjnego jako podstawy do wytworzenia klimatu zaufania do firmy.

## 1. Nadzór korporacyjny i dobre praktyki

Analizując sytuacje, które stały się podstawą do wprowadzenia w życie zasad nadzoru korporacyjnego, można powiedzieć, że tworzenie zasad, procedur oraz instytucji ładu korporacyjnego jest przejawem obaw właścicieli i inwestorów związanych ze spektakularnymi wydarzeniami na rynkach finansowych. Skandale finansowe czy obyczajowe niszczą nie tylko reputację jednej konkretnej firmy i konkretnego menedżera, ale podważają także społeczne zaufanie do biznesu jako całości. Ład korporacyjny powinien być narzędziem, które ogranicza ryzyko działania i wielkość potencjalnych szkód.

Pojęcie nadzoru korporacyjnego (*corporate governance*) po raz pierwszy pojawiło się w naukach ekonomicznych w publikacji A. Smitha *The Wealth of Nations* w 1776 r. Zwrócił on wtedy szczególną uwagę na rozdzielenie w ówczesnych korporacjach własności i kontroli oraz na wynikające z tego konsekwencje<sup>6</sup>.

We współczesnej teorii ekonomii pojęcie nadzoru korporacyjnego pojawiło się w pierwszej połowie lat 30. XX w. Od tego czasu zaczęto zwracać coraz

<sup>2</sup> W niniejszym artykule pojęcia nadzór korporacyjny i ład korporacyjny stosowane są zamiennie. Szersze rozważania na ten temat zawierają m.in. prace: J. Jeżak: *Ład korporacyjny. Doświadczenia światowe oraz kierunki rozwoju*. C.H. Beck, Warszawa 2010; O. Bogacz-Miętka: *Kompendium wiedzy o nadzorze i kontroli nad przedsiębiorstwem*. CeDeWu, Warszawa 2011.

<sup>3</sup> Raport Komitetu ds. Aspektów Finansowych Ładu Korporacyjnego (Raport Cadbury'ego) z 1992 r., s. 15, <http://www.ecgi.org/codes/documents/cadbury.pdf>

<sup>4</sup> Zasady ładu korporacyjnego OECD z 2004 r., s. 11, <http://www.oecd.org/dataoecd/32/18/31557724.pdf>.

<sup>5</sup> W poszukiwaniu równowagi (Sustainability), <http://dfusion.pl/2010/06/18/w-poszukiwaniu-rownowagi>.

<sup>6</sup> M. Jerzemowska: *Nadzór korporacyjny*. PWE, Warszawa 2002, s. 11.

większą uwagę na relacje między nadzorem korporacyjnym a efektami osiąganymi przez podmioty gospodarcze.

Niektórzy autorzy uważają, że nadzór korporacyjny to nowoczesna nazwa problemu, który od wielu lat nurtuje spółki, a który dotyczy sposobu, w jaki menedżerowie odpowiadają przed akcjonariuszami i różnymi grupami interesariuszy (rozliczają się przed nimi) oraz zapewniają spółce strukturę właściwie służącą realizacji tego celu.

Najczęściej pod pojęciem nadzoru nad działalnością spółek rozumie się zintegrowany zbiór zewnętrznych i wewnętrznych mechanizmów kontroli, które łagodzą konflikt interesów między menedżerami a akcjonariuszami, wynikający z oddzielenia własności od kontroli<sup>7</sup>. W gospodarce rynkowej występuje wiele mechanizmów umożliwiających kontrolę działalności spółki; zewnętrzną sprawuje najczęściej rynek kapitałowy, rynek produktów czy też rynek pracy, zaś wewnętrzną – chociażby komórki kontroli czy audytu wewnętrznego.

Coraz większego znaczenia nabierają problemy wynikające nie tylko z relacji pomiędzy akcjonariuszami a wyższą kadrami kierowniczą, ale również będące efektem relacji występujących między samymi akcjonariuszami.

W tym kontekście nadzór korporacyjny oznacza wiązkę mechanizmów wykorzystywanych do kontrolowania i koordynowania różnych zachowań, mających własne interesy udziałowców, którzy współdziałają z profesjonalną kadrami zarządzającą w celu efektywnej realizacji stawianych przed korporacją zadań<sup>8</sup>.

Zasady zdefiniowane dla nadzoru wskazują jednak na uwzględnienie różnych aspektów funkcjonowania organizacji:

- harmonizowanie interesów podmiotów będących stronami uczestniczącymi w funkcjonowaniu korporacji,
- zapewnienie właścicielom i stakeholders efektywnych procedur i instytucji monitoringu zarządu i korygowania jego błędów,
- sukcesywne zwiększanie wartości firmy z punktu widzenia właścicieli i innych zainteresowanych podmiotów,
- wykreowanie atrakcyjności inwestycyjnej i zapewnienie dopływu środków finansowych pozwalających na rozwój firmy<sup>9</sup>.

<sup>7</sup> B. Baysinger, R.E. Hoskisson: *The Composition of Boards of Directors and Strategic Control: Effects on Corporate Strategy*. „Academy of Management Review” 1990, Vol. 15, No. 1. s. 72, za: S. Rudolf, P. Urbanek, T. Janusz, D. Stos: *Efektywny nadzór korporacyjny*. PWE, Warszawa 2002, s. 31.

<sup>8</sup> K. Kojima: *Japanese Corporate Governance. An International Perspective*. Kobe Economic & Business Research Series, No. 14, Kobe University Japan, s. 22, za: I. Koładkiewicz: *Nadzór korporacyjny w Narodowych Funduszach Inwestycyjnych*, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Przedsiębiorczości i Zarządzania im. Leona Koźmińskiego, Warszawa 2002, s. 15.

<sup>9</sup> I. Chojecka: *Problematyka społeczna corporate governance*. W: Materiały Krakowskiej Konferencji Młodych Uczonych 2008. Fundacja Studentów i Absolwentów AGH w Krakowie ACADEMICA Grupa Naukowa Pro Futuro, Kraków 2008, [http://www.profuturo.agh.edu.pl/pliki/Pliki\\_III\\_KKMU/Zbiory\\_referatow/411-418\\_NE\\_Chojecka.pdf](http://www.profuturo.agh.edu.pl/pliki/Pliki_III_KKMU/Zbiory_referatow/411-418_NE_Chojecka.pdf).

Z tych zadań wyłania się zarówno kwestia maksymalizacji wartości, jak i harmonijnej współpracy stron. Charakterystyczne jest właśnie to, że współcześnie rola nadzoru jest szerzej postrzegana, a zagadnienia nadzoru wykraczają poza zainteresowanie akcjonariuszy wynikami spółki. Dziś nadzór obejmuje także zagadnienia wynikające z troski o utrzymanie dobrego standardu zachowań spółek w różnych aspektach ich działalności.

Podstawą zachowań jest w tym przypadku kodeks dobrych praktyk, zawarte w nim zalecenia zwykle nie mają mocy prawnej, ale ich celem jest wyznaczenie standardów zachowań dla spółek oraz pożądanego kierunku zmian w ich praktyce prawnej i gospodarczej<sup>10</sup>. Dobre praktyki to zbiór zasad ładu korporacyjnego oraz zasad określających normy postępowania w relacjach spółek giełdowych z otoczeniem. Jest to także zbiór zasad postępowania, a w szczególności norm etycznych i zawodowych, przedsiębiorców, którzy zobowiązali się do ich przestrzegania<sup>11</sup>.

Istotą kodeksów dobrych praktyk jest fakt, że nie są to normy narzucane w drodze ustawowej lub w wyniku innych przepisów obowiązujących powszechnie<sup>12</sup>. Ogólnie stosowanie tych przepisów oparte jest na dobrowolności w myśl zasady „stosuj lub wyjaśnij”, co oznacza, że spółka albo stosuje się do zasad ładu korporacyjnego, albo w raporcie bieżącym wyjaśnia, dlaczego od nich odstąpiła.

Celem dobrych praktyk jest umacnianie transparentności w biznesie, poprawa jakości ich komunikacji z inwestorami, wzmocnienie ochrony praw akcjonariuszy, także w sprawach nieuregulowanych przez prawo, a przy tym nie-stwarzanie obciążeń dla spółek, niezrównoważonych korzyściami wynikającymi z potrzeb rynku<sup>13</sup>. Można więc stwierdzić, że celem tym jest ograniczenie ryzyka związanego z inwestowaniem w spółki notowane na giełdzie.

Kodeksy dobrych praktyk są postrzegane na rynku jako karta przetargowa w grze o klienta. Nie można jednak zapomnieć, że mogą stać się one źródłem dopuszczania się przez przedsiębiorcę nieuczciwych praktyk rynkowych.

W praktyce, najważniejszym mankamentem niektórych kodeksów dobrych praktyk było stosowanie ich przez przedsiębiorców tylko i wyłącznie jako instrumentów marketingowych, wykorzystywanych do doraźnych potrzeb reklamowych. Konsumenci bowiem postrzegają takie kodeksy jako znaki jakości (spełnienie pewnych norm jakościowych usługi), co powoduje zwiększenie zaufania do przedsiębiorcy będącego sygnatariuszem samoregulacji.

<sup>10</sup> O. Bogacz-Miętka: Op. cit., s. 417.

<sup>11</sup> Art. 2, pkt. 5 Ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym

<sup>12</sup> W Polsce oprócz kodeksów dobrych praktyk poszczególnych firm i branż, pojawił się kodeks Giełdy Papierów Wartościowych, który obowiązuje wszystkie spółki notowane na GPW.

<sup>13</sup> W.M. Grudzewski, I.K. Hejduk, A. Sankowska, M. Wańtuchowicz: *Sustainability w biznesie czyli przedsiębiorstwo przyszłości. Zmiany paradygmatów i koncepcji zarządzania*. Poltext, Warszawa 2010, s. 197.

Należy jednak pamiętać, że to przestrzeganie zasad ładu korporacyjnego (a nie tylko posiadanie zdefiniowanych kodeksów dobrych praktyk) powinno wpływać na pozytywny wizerunek firmy i decydować o jej wartości oraz tworzyć płaszczyznę zaufania.

## 2. Związek zaufania z koncepcją ładu korporacyjnego

Zaufanie jest współcześnie kluczowym spoiwem tworzenia więzi w nowoczesnym biznesie. Kategoria ta pojawia się więc przy rozważaniach poszukujących odpowiedzi na pytania:

- jakie czynniki decydują o sukcesie przedsiębiorstwa?
- co stymuluje rozwój organizacji w dzisiejszych czasach?
- co jest budulcem nowoczesnej organizacji?

To uświadamia złożoność i wieloaspektowość kategorii jaką jest zaufanie, a równocześnie ukazuje wielość obszarów, które mogą stać się przedmiotem badań i analiz, w których to zaufanie może stanowić punkt centralny.

Budowanie zaufania w relacji z partnerami zewnętrznymi wymaga tworzenia kultury zaufania wewnątrz przedsiębiorstwa, ponieważ jakość relacji wewnętrznych często bywa podstawą oceny wiarygodności partnera biznesowego.

W literaturze przedmiotu można wyróżnić dwa przeciwne nurty definiowania zaufania, w zależności od tego, gdzie upatrujemy źródeł zaufania.

Pierwsza grupa pojęć opiera się na założeniu, że zaufanie jest osadzone wewnątrz ufającego, w jego uczuciach, emocjach, a nie w tym, któremu się ufa. W tym przypadku zaufanie może być zdefiniowane jako wiara, oczekiwanie czy poczucie, że zaufanie jest wrośnięte niejako w osobowość i ma swoje źródło w indywidualnym wczesnym psychospołecznym rozwoju jednostki<sup>14</sup>.

Druga grupa pojęć opiera się na założeniu, że zaufanie jest osadzone wewnątrz tego, komu (lub czemu) się ufa. Zaufanie można bowiem pokładać nie tylko w osobach, ale także w kompetencjach, zdolnościach, technologii, marce itp.<sup>15</sup>. W tym przypadku zaufanie można zdefiniować jako dostrzeżone prawdopodobieństwo i sugestia, że w gospodarce opartej na wiedzy kompetencje powiernika oraz jego umiejętności stają się coraz częściej ważnymi wskaźnikami oczekiwanych umiejętności działania<sup>16</sup>. Ocena dotycząca zachowania i działania jest dokonywana na podstawie wyobrażeń stworzonych przez innych partnerów.

<sup>14</sup> J.B. Rotter: *A New Scale for the Measurement of Interpersonal Trust*. „Journal of Personality” 1967, Vol. 35, s. 651.

<sup>15</sup> M. Laeequddin, G.D. Sardana: *What Breaks Trust in Customer Supplier Relationship?* „Management Decision” 2010, Vol. 48, No. 3, s. 354.

<sup>16</sup> D.M. Rousseau, S.B. Sitkin, R.S. Burt, C. Camerer: *Not so Different After All: A Cross – Discipline View of Trust*. „Academy of Management Review” 1998, Vol. 23 No. 3, s. 393.

Ogólnie zaufanie można zdefiniować jako emocję okazywaną ludziom, przedmiotom czy instytucjom, takim jak firma, rząd czy społeczeństwo, ale ufać można także zdolnościom, kompetencjom itp. Zaufanie jest wiarą w określone działania czy własności obiektu obdarzonego zaufaniem. Często oznacza nawet przekonanie jednej ze stron, że motywacją drugiej strony wobec niej jest bycie uczciwym i chcącym działać dobrze. Zaufaniem obdarowujemy osobę, której wierzymy, że będzie doradzać nam dobrze, myśląc o nas, a nie o sobie. Takie postrzeganie zaufania w pełni wpisuje się w koncepcję ładu korporacyjnego.

Zaufanie nie jest pojęciem jednorodnym. Można wskazać jego trzy kategorie, które wiążą się z oczekiwaniami wobec partnerów:

- oczekiwania efektywnościowe – dotyczą odpowiednich kompetencji partnera;
- oczekiwania aksjologiczne – dotyczą właściwości działań;
- oczekiwania altruistyczne – odnoszą się do bezinteresowności; w relacjach między przedsiębiorstwami przede wszystkim oczekuje się odpowiedniego wykonania określonych zadań i funkcji; w przypadku relacji partnerskich oczekuje się wyższego poziomu zaufania związanego z zasadami przestrzeganyymi przez partnera<sup>17</sup>.

Analizując związek zaufania z koncepcją ładu korporacyjnego, można dostrzec przejawy wszystkich jego kategorii. Oczekiwania efektywnościowe można wyrazić jako oczekiwania partnerów, że działania danego podmiotu będą zgodne z zadeklarowanymi zasadami i tym samym będą regularne, prawidłowe i przewidywalne. W znaczeniu aksjologicznym zaufanie wiąże się z oczekiwaniem, że partner będzie działał odpowiedzialnie, sprawiedliwie oraz uczciwie. Należy jednak w tym miejscu z całą stanowczością stwierdzić, że w przypadku zaufania między przedsiębiorstwami nie należy oczekiwać działań altruistycznych. Nie można tego jednak oceniać negatywnie, bowiem choć cele poszczególnych przedsiębiorstw mogą być definiowane różnie, to wśród nich niewątpliwie pojawia się kreacja zysku, a w tej sytuacji działania altruistyczne nie wpisują się w strategię typowego przedsiębiorstwa.

Kluczem do zbudowania zaufania jest przejrzystość firmy. Uczciwe informowanie o tym co się dzieje w firmie, mówienie i o trudnościach, i o sukcesach. Dzięki przejrzystości organizacja staje się bardziej uczciwa, ponieważ większa liczba jej członków rozumie istotę działań przez nią podejmowanych<sup>18</sup>, a przecież nadzór korporacyjny obejmuje także strukturę, za pośrednictwem której ustalane są cele spółki, środki realizacji tych celów oraz środki umożliwiające śledzenie wyników spółki<sup>19</sup>. Głównym celem dobrych praktyk jest właśnie

<sup>17</sup> P. Sztompka: *Socjologia. Analiza społeczeństwa*. Znak, Kraków 2002, s. 310-311.

<sup>18</sup> W. Bennis, D. Goleman, J. O'Toole: *Przejrzystość w biznesie, Szczerość, Zaufanie, Jasne zasady*. MT Biznes, Warszawa 2008, s. 51.

<sup>19</sup> Ministerstwo Skarbu Państwa, *Zasady Nadzoru Korporacyjnego OECD*, Warszawa 2004.

umacnianie transparentności w biznesie. W tej sytuacji związek zaufania do firmy z przestrzeganiem zasad ładu korporacyjnego wydaje się oczywisty. Zaufanie i przejrzystość są ze sobą ściśle powiązane. Gdyby zabrakło przejrzystości, ludzie nie uwierzyliby swoim przywódcom i firmom.

Przykładem praktycznym potwierdzającym tę relację może być, prowadzona na naszym rodzimym rynku, analiza wpływu postrzegania dobrych praktyk ładu korporacyjnego na wartość przedsiębiorstw. Efektem tego działania i zakończeniem ratingu jest przyznanie przez inwestorów instytucjonalnych tytułu „Spółki Godnej Zaufania”. Nagroda ta jest traktowana jako wysokie wyróżnienie dla firmy; jest komentowana przez liczne media i zauważana przez instytucje zagraniczne zajmujące się tematyką corporate governance.

Wzmianki o zaufaniu wynikającym ze stosowania w praktyce zasad ładu korporacyjnego można dostrzec właściwie w każdym opracowanym dokumencie pełniącym w firmach rolę kodeksu dobrych praktyk. Dla przykładu, w zasadach ładu korporacyjnego ING PTE S.A. znajdziemy następujące stwierdzenia: „Zasady Ładu Korporacyjnego (corporate governance) to system reguł określających stosunki pomiędzy podmiotami zaangażowanymi w funkcjonowanie korporacji. Stosowanie rzetelnych zasad ładu korporacyjnego zwiększa zaufanie inwestorów finansowych do spółki i kadry zarządzającej, oznacza to łatwiejsze i tańsze pozyskanie kapitału”<sup>20</sup>.

„Concordia Ubezpieczenia – prowadzi działalność ubezpieczeniową zgodnie z przepisami prawa, z poszanowaniem Zasad Dobrych Praktyk Ubezpieczeniowych i najwyższych standardów rynkowych, a poprzez to buduje zaufanie Klientów wobec Towarzystw ubezpieczeniowych, dbając o swoją renomę na rynku ubezpieczeń”<sup>21</sup>.

„Ład korporacyjny firmy Virgin Gold – sposób, w jaki współpracujemy z naszymi udziałowcami jest podstawą naszego biznesu i sukcesu. Dążymy do tego, by działać zawsze rzetelnie, odpowiedzialnie, uczciwie, sprawiedliwie i dyskretnie, aby zapewnić zaufanie naszych udziałowców”<sup>22</sup>.

„International Paper – Wierzimy, że dobry ład korporacyjny stanowi podstawę, na której tworzymy i osiągamy nasze cele i zapewniamy wartość dla naszych udziałowców, klientów i społeczności, w których żyjemy. Utrzymujemy najwyższe normy etyczne i jesteśmy godni zaufania we wszystkim, co robimy”<sup>23</sup>.

Reasumując rozważania zaprezentowane w niniejszym artykule można stwierdzić, że koncepcja ładu korporacyjnego powstała jako przejaw obaw właścicieli i inwestorów, dotyczących spektakularnych wydarzeń na rynkach finan-

<sup>20</sup> <http://www.ingofe.pl/wyniki-inwestycyjne/zasady-ladu-korporacyjnego>.

<sup>21</sup> <http://www.concordiaubezpieczenia.pl/userfilesconcordia/file/Kodeks%20etyki.pdf>.

<sup>22</sup> [http://www.vgmc.com/about\\_corporate\\_governance.asp?lang=PL](http://www.vgmc.com/about_corporate_governance.asp?lang=PL).

<sup>23</sup> <http://www.internationalpaper.com/POLAND/PL/Company/Governance/index.html>.

sowych. Obecnie ład korporacyjny, poprzez zapewnienie pełnej przejrzystości, powinien być narzędziem, które ogranicza ryzyko działania, stanowiąc podstawę do wykreowania płaszczyzny zaufania wobec firmy i jej działań.

Zwrócono także uwagę na fakt, że kwestia ogólnego zaufania zasadniczo zmieniła sposób prowadzenia działalności gospodarczej. Działalność firm musi spełniać oczekiwania odnośnie do współpracy na rzecz ogólnego dobra społecznego – a nie tylko informacji dotyczących akcjonariuszy, jawności sposobów zarabiania pieniędzy przez firmy i informowania o tym za pośrednictwem wszystkich mediów.

Analizując wyniki przeprowadzonych na rynku badań<sup>24</sup>, można stwierdzić, że obecnie najważniejszymi czynnikami decydującymi o reputacji, a tym samym o powodzeniu przedsiębiorstwa na rynku, pozostają: wysokiej jakości produkty, zaufanie, przejrzystość i dobre traktowanie pracowników. W świetle zaprezentowanych tu rozważań można zasugerować pewną sekwencję zdarzeń, a mianowicie, ład korporacyjny generuje przejrzystość w biznesie i nakazuje poszanowanie najwyższych standardów rynkowych, zarówno dotyczących zarządzania kapitałem ludzkim, jak i jakości produktów. Te zaś czynniki kreują atmosferę zaufania do firmy, a w efekcie są przesłanką jej rozwoju.

## TRUST IN THE COMPANY AND CORPORATE GOVERNANCE

### Summary

This study was designed to explain the concept, which is the corporate governance and to demonstrate its relationship with trust in the modern enterprises. Presents the conditions of conception of corporate governance and its objectives.

The article also discusses the code of good practice, as a basis for corporate governance. Presented good practices as a collection of corporate governance principles and rules defining the standards of conduct in relations with the environment of listed companies.

Moreover, it was noted that the goal of good practice is to strengthen transparency in the business, which in turn is the key to building trust in the companies.

---

<sup>24</sup> A. Baranowska-Skimina: Edelman Trust Barometer 2011, <http://www.egospodarka.pl/61591,Edelman-Trust-Barometer-2011,1,39,1.html>.