



Tom 26/2017, ss. 405–416  
ISSN 1644-888X  
e-ISSN 2449-7975  
DOI: 10.19251/ne/2017.26(27)  
www.ne.pwspzlock.pl

---

**Anna Matuszewska**

Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa w Kaliszu

## **ISTOTA I ZNACZENIE ETYKI W BIZNESIE**

SIGNIFICATION AND MEANING OF BUSINESS ETHICS

### **Streszczenie**

W szeroko pojętej działalności gospodarczej coraz większego znaczenia nabiera prowadzenie biznesu z uwzględnieniem wartości etycznych. Przestrzeganie prawa, okazywanie szacunku kontrahentom oraz pracownikom, dbałość o dobro całego społeczeństwa oraz o środowisko naturalne – to tylko niektóre wartości etyczne, których przestrzeganie często decyduje o powodzeniu bądź klęsce danej organizacji. Wiedza z zakresu etyki coraz bardziej zyskuje na prestiżu, gdyż współczesna gospodarka wymaga nie tylko wiedzy ekonomicznej i technicznej. Podczas Ogólnopolskiego Kongresu Etyki i Społecznej Odpowiedzialności Biznesu, który odbywał się w 2009 r. w Warszawie, przyjęto Deklarację, której zapisy dotyczą traktowania etycznego wymiaru w gospodarce i biznesie w sposób podobny do

### **Summary**

In the widely understood economic activity, conducting business based on ethical values is gaining increasing significance. Obeying the law, respecting trade partners and employees, caring for the well-being of the whole society are just a few ethical values, observing of which often decides about success or failure of a given organization.

Knowledge about ethics is becoming more prestigious as contemporary economy requires not only economic or technical skill. During the National Congress of Ethics and Social Responsibility of Business held in Warsaw in 2009, Declaration regarding treating the ethical dimension in economy and business in a similar way to ethics in scientific research, medicine or other professions of public trust was signed (Gasparski, 2012, p.9).

tęgo, jak traktowany jest wymiar etyczny w badaniach naukowych, medycynie czy innych zawodach zaufania publicznego [Gasparski, 2012, s.9].

Etyka biznesu wpisana w strategię firmy to doskonałe założenie i mocny atut jej wizerunku. Firma działająca odpowiedzialnie powinna wprowadzić i świadomie posługiwać się standardami etycznymi we wszystkich swoich działaniach, gdyż biznes nie ogranicza się tylko do pomnażania zysków, ale niezwykle ważne są także wartości pozaekonomiczne.

**Słowa kluczowe:** etyka, etyka biznesu, kodeks etyki, zasady etyki zawodu zrównoważony rozwój.

## Wprowadzenie

Etyka biznesu lub etyka w biznesie najogólniej rzecz ujmując zajmuje się zagadnieniami moralnymi w działalności gospodarczej. Etyka to nauka o moralności, opisująca zachowania ludzi, oceny i normy im odpowiadające, sankcje stosowane przez społeczność w celu skłonienia jednostek i grup do pewnych działań lub ich zaniechania [Myśliwiec, 1999]. Moralność natomiast, należy rozumieć jako „ogół dominujących w danej epoce lub w danym środowisku ocen, norm, zasad i ideałów określających poglądy i zachowania uważane za właściwe” [Encyklopedia Popularna PWN].

Etyka biznesu natomiast to relacje pomiędzy przedsiębiorstwem a jego partnerami handlowymi, pracownikami oraz konkurencją. Relacje te muszą być zgodne z obowiązującym prawem oraz przyjętymi regułami postępowania. Przedsiębiorstwa dążąc do maksymalizacji zysku, podejmują niejednokrotnie kontrowersyjne decyzje, które sprzeczne są z normami współżycia społecznego.

W kontekście podejmowanej tematyki właściwe wydaje się przywołanie definicji etyki jako nauki o prawach i obowiązkach ludzi, o prawach moralnych stosowanych przez ludzi w podejmowaniu decyzji i o istocie stosunków między ludźmi. Etyka jest konsekwentnie odnoszona do biznesu i oznacza systematyczne studium kwestii moralnych występujących w biznesie i innych

Business ethics inscribed in a company strategy is a perfect premise and a strong asset of its image. A responsibly acting firm should introduce and consciously apply ethical standards in its all areas of activity because a business is not limited only to multiplying profits, but extraeconomic values are important too.

**Keywords:** ethics, business ethics, code of ethics

związanych z nim rodzajów działalności i instytucji – ogólnie: zachowań ludzi [Penc, 2010, s. 93].

Głównym celem artykułu jest podkreślenie istoty i znaczenia etyki w biznesie oraz jej wagi dla społecznej odpowiedzialności biznesu.

W związku z ogromną dynamiką zmian w gospodarce, dążeniem firm do innowacyjności, pogonią za pozyskiwaniem kapitałów, zdobywaniem przewagi konkurencyjnej i nowych rynków, przestrzeganie zasad etyki staje się często niewygodnym ograniczeniem.

Dla realizacji założonego celu zdefiniowano główne tezy artykułu:

- istnieje potrzeba kształcenia z zakresu etyki biznesu;
- wiele podmiotów gospodarczych nie uwzględnia w swych działaniach i strategiach wartości etycznych;
- zasady etyczne mają w miejscu pracy/ miejscu prowadzenia działalności gospodarczej małe znaczenie praktyczne;
- etyka biznesu jest zbędna w organizacji, która nie ma problemów z prawem.

Podstawową metodą badawczą są studia literaturowe, badania ankietowe oraz wieloletnie doświadczenie zawodowe autorki.

## **1. Miejsce etyki w społecznej odpowiedzialności biznesu**

Społeczna odpowiedzialność biznesu ( ang. CSR – Corporate Social Responsibility) towarzyszy ludzkości od czasów starożytnych. Jednak współczesna idea tego zjawiska została zinstytucjonalizowana w 2000 r. na unijnym szczycie w Lizbonie. Został wówczas zatwierdzony społeczno-gospodarczy program, którego głównym celem było uczynienie ze Wspólnoty Europejskiej najbardziej prężnej, konkurencyjnej, innowacyjnej gospodarki świata, która będzie przystosowana do realizacji strategii zrównoważonego rozwoju [Brzeziński, 2012, s.12]. Warto w tym miejscu przytoczyć definicję społecznej odpowiedzialności, którą według Komisji Europejskiej jest dobrowolne uwzględnianie przez przedsiębiorstwo zagadnień społecznych i ekologicznych w działalności gospodarczej, wychodzące poza wymogi prawne i zobowiązania określone w umowach [Adamczyk, 2009, s.39].

Historia teorii społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa jest stosunkowo długa i przyczyniła się do powstania wielu objaśnień i uzasadnień tego terminu, które ulegały licznym modyfikacjom na przestrzeni lat. Jednak, przecież nie o definicję chodzi, a o korzyści jakie płyną ze stosowania

społecznej odpowiedzialności biznesu. Koncepcję CSR należy traktować jako bardzo opłacalną i długoterminową inwestycję, dzięki której istnieje możliwość minimalizowania problemów społecznych, budowania nienaganej reputacji, a w konsekwencji osiągnięcie zamierzonych celów ekonomicznych.

Zaprezentowane dotychczas rozważania pozwalają na postawienie tezy, że organizacja tworząca swoją misję z uwzględnieniem wartości i norm etycznych wzbudza większe zaufania u pracowników, klientów i potencjalnych inwestorów.

Firmy powinny być zainteresowane wprowadzeniem procedur, regulaminów oraz standardów etycznych w swoich firmach. Jest to niezwykle ważne dla wszystkich firm bez względu na rodzaj prowadzonej działalności, poziom zatrudnienia, rynki na których działają oraz ich formę organizacyjno-prawną. Programy etyczne pełnią niezmiernie ważne funkcje:

- wewnętrzną, która ma zwrócić uwagę oraz uświadomić pracownikom oraz kadrze kierowniczej etyczny wymiar funkcjonowania firmy;
- zewnętrzną, która koncentruje się na dbałości o pozytywny wizerunek i reputację firmy.

Wyraźnie należy podkreślić, że przyjmowanie etycznej postawy przez organizację jest równoznaczne z wspieraniem wysokiej kultury zarządzania. Etyka w biznesie dotyczy wszystkich kwestii związanych z zatrudnianiem i wynagradzaniem pracowników, równego ich traktowania, przeciwdziałania dyskryminacji oraz zasad sprawiedliwego wynagradzania. Etyka przejawia się w całym obszarze dotyczącym relacji z klientami, poszanowaniu dostawców, odbiorców, inwestorów. Odnosi się do takich spraw jak : uczciwe wykonywanie zobowiązań, dostarczanie towarów bądź usług o określonej/ umówionej jakości oraz stosowanie zasad uczciwej konkurencji. Nie wolno pominąć etyki ekologicznej, która przejawia się w stosowaniu przez organizacje technologii przyjaznych dla środowiska naturalnego oraz promowaniu wszelkich postaw odpowiedzialności ekologicznej.

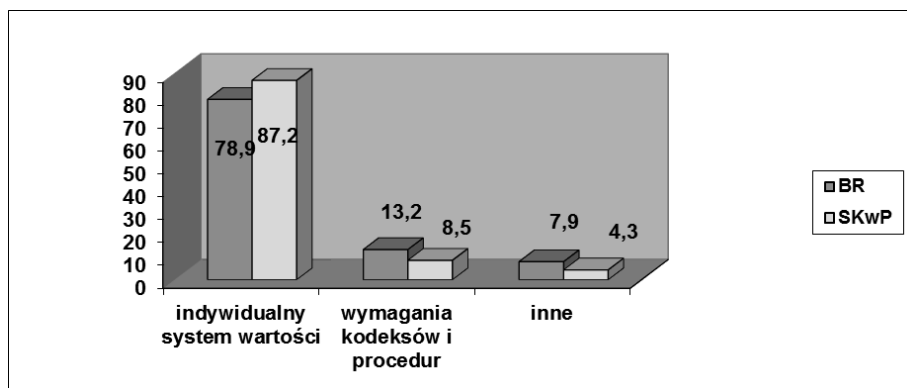
Walka z oszustwami, nadużyciami, patologiami i korupcją to czasem niezwykle trudny do realizacji aspekt etyki biznesu. W wielu sytuacjach wymaga to od przedsiębiorcy zdecydowanych działań, odcinania się od podejrzanych podmiotów gospodarczych, bez względu na korzyści ekonomiczne. Etyka w tym obszarze wymaga stosowania jasnych i przejrzystych reguł biznesowych, które często nie znajdują bądź są trudne do akceptacji przez kooperantów. Wydaje się, że etyka w tej sferze może w istotny sposób przyczynić

się do ograniczenia oszustw podatkowych i korupcji. Biorąc pod uwagę luki prawne, dynamikę zmian przepisów oraz inne nadarzające się przedsiębiorcy okazje, można stwierdzić, że etyka na tej płaszczyźnie odgrywa niezwykle istotną rolę. Firmy postępujące uczciwie zyskują zaufanie społeczne i są bardziej wiarygodne. Jednak wyraźnie należy zaznaczyć, że etycznego zachowania nie można wymusić, ani nakazać, musi być świadome i wynikać z wewnętrznego przekonania.

Autorka w okresie od grudnia 2015 roku do marca 2017 roku, w ramach projektu badawczego: „Poziom wiedzy z zakresu etyki osób związanych zawodowo z szeroko pojętą rachunkowością”, przeprowadziła badania ankietowe wśród członków Stowarzyszenia Księgowych w Polsce Oddział Wielkopolski oraz właścicieli biur rachunkowych na terenie miasta Kalisza ( 150 podmiotów, zwrot ankiet w 25%).

Badania ankietowe pozwoliły uzyskać odpowiedź na pytanie, z czego wynika skłonność do działań etycznych?

Właściciele biur rachunkowych ( oznaczeni na wykresie skrótem BR) w 78,9% przypadków odpowiedzieli, że skłonność do działań etycznych jest uwarunkowana i wynika z indywidualnego systemu wartości. Członkowie Stowarzyszenia Księgowych ( oznaczeni na wykresie skrótem SKwP) byli tego samego zdania, tylko 8,5% respondentów uważa, że wynika to z ustalonych procedur czy też kodeksów etycznych.



**Wykres 1. Skłonność do działań etycznych**

Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań ankietowych

Wyraźnie zatem widać, że to indywidualny system wartości jest determinantą podejmowanych działań, stąd uzasadniona jest szczególna troska o jego dbałość.

W wielu krajach, także w Polsce problematyka etyki biznesu stanowi element programów kształcenia, jest przedmiotem badań, opracowań i monografii.

W polskich uczelniach obszar związany z etyką biznesu realizowany jest pod nazwą „etyka gospodarcza”, „etyka w biznesie”, „etyka w biznesie i zarządzaniu”, „etyka pracy”.

W związku z coraz większym zaangażowaniem się świata nauki we współpracę ze światem biznesu opracowane zostały zasady odpowiedniego kształcenia przyszłych menedżerów, których głównym celem jest przygotowanie do odpowiedzialnego uprawiania działalności gospodarczej w zglobalizowanym świecie [Gasparski, 2008, s 25].

Oto sześć zasad odpowiedzialnego kształcenia menedżerów:

- Cel – rozwijanie uzdolnień studentów do bycia kreatorami trwałych wartości biznesu i społeczeństwa a także pracy na rzecz zrównoważonej i wszechstronnej gospodarki globalnej.
- Wartości – uwzględnianie w działalności akademickiej oraz w programach kształcenia wartości jaką jest globalna odpowiedzialność społeczna stosownie do międzynarodowych inicjatyw.
- Metoda – wyznaczanie ram edukacji, procesów, materiałów oraz metod, które umożliwią efektywne uczenie się i nabywanie niezbędnych doświadczeń dla odpowiedzialnego przywództwa.
- Badania – podejmowanie badań teoretycznych i empirycznych, które będą służyć rozwojowi rozumienia roli, dynamiki oraz wpływu jaki wywierają korporacje na tworzenie zrównoważonych wartości ekonomicznych, społecznych oraz dotyczących ochrony środowiska.
- Partnerstwo – rozumiane jako współpraca z menedżerami biznesu w celu poszerzania wiedzy.
- Dialog- wspomaganie i ułatwianie dialogu i debaty między nauczycielami akademickimi, mediami, konsumentami, rządem, społeczeństwem obywatelskim oraz pozostałymi grupami zainteresowanych w sprawach dotyczących kwestii związanych z globalną odpowiedzialnością społeczną oraz ze zrównoważonym rozwojem [Gasparski, 2008].

Wszechobecność finansów w działalności gospodarczej związana jest z dokonywaniem transakcji pomiędzy podmiotami, a co za tym idzie

z angażowaniem określonych sum pieniędzy, które mogą wywoływać silne pokusy:

- zaniżania/zawyżania wyniku finansowego;
- wystawiania/kupowania „pustych faktur”;
- fałszowania sprawozdań finansowych;
- nadmiernej optymalizacji podatkowej;
- nieuczciwych, niekorzystnych działań wobec konkurencji;
- prowadzenie działalności, lub jej części w szarej strefie.

Pokusy, rozumiane jako bardzo trudne do opanowania pragnienie zrobienie czegoś istnieją i zapewne istnieć będą. Natomiast istotne są mechanizmy, które wywołują lub powodują skłonności do ulegania pokusom, jak i te, które tym skłonnościom zapobiegają.

## 2. Działania nieetyczne w biznesie

Jednym z pytań przeprowadzonego przez autorkę wspomnianego już wcześniej badania ankietowego, było pytanie o powody wymuszania działań nieetycznych w obszarze szeroko rozumianych finansów przedsiębiorstw.

Obydwie grupy respondentów udzieliły takich samych odpowiedzi, zgodnie z którymi najważniejszymi powodami są zbyt wysokie podatki oraz skomplikowane i niezrozumiałe przepisy.

Członkowie Stowarzyszenia Księgowych w Polsce, Oddział Wielkopolski, na trzecim miejscu wskazali jako powód działań nieetycznych - personalne predyspozycje właścicieli. Z kolei właściciele biur rachunkowych – chęć szybkiego wzbogacenia się właścicieli. Można zatem stwierdzić, że osobiste pobudki prowadzących działalność gospodarczą są głównym powodem wymuszania działań nieetycznych, a co za tym idzie uleganiu różnym rodzajom pokus.

Dla podsumowania tych wyników warto przytoczyć cytaty: „Społeczne normy i instytucje zachęcające do oszczędzania i wydawania tylko tego, co zarobiło się własną pracą, uległy znacznemu osłabieniu. Wzmocniły się zaś instytucje zachęcające do zadłużania się i życia chwilą bieżącą. Moralne autorytety kraju stale dopatrują się przyczyn tej dekadencji w produkcjach Hollywoodu i programach TV. Jednak największe spustoszenie sieje dziś dekadencja, której źródłem jest branża finansowa, depreczująca normy przyzwoitości wskazujące nam kiedyś jak używać pieniądza i jak trzymać go na wodzy” [Bogle, 2009].

Ustanowienie zasad etycznych jest zalecane wszystkim firmom niezależnie od ich wielkości, gdyż z pewnością przyniosą wiele korzyści, nie wyrządzając szkód. Jednak należy pamiętać o działaniach podtrzymujących. W firmach, gdzie zapewnione będzie tylko jednorazowe szkolenie, bez nawiązywania potem do problemów etyki, efekty będą minimalne bądź żadne. Celem działań podtrzymujących musi być ciągłe przypominanie i podkreślanie, że marnotrawstwo, nadużycia o oszustwa w ostatecznym rozrachunku szkodzą firmie i zatrudnionym pracownikom [Wells, 2006, s.412].

Lista korzyści, jakie może uzyskać przedsiębiorstwo dzięki przestrzeganiu zasad etyki biznesu może być bardzo długa i nie sposób wymienić je wszystkie, ale warto wymienić chociaż te najistotniejsze:

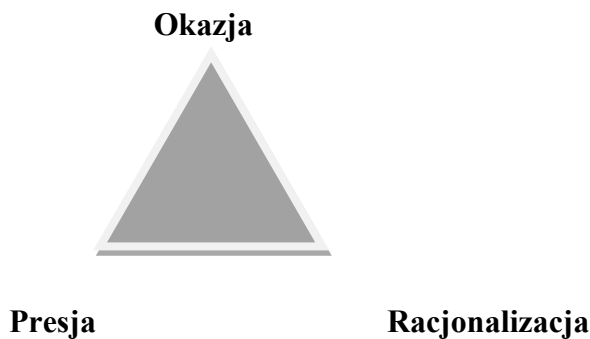
- poprawa wizerunku i reputacji;
- wzrost poziomu kultury organizacyjnej;
- poprawa konkurencyjności;
- pozyskanie i utrzymanie najlepszych pracowników;
- zwiększenie lojalności klientów;
- redukcja konfliktów interesów;
- minimalizacja przypadków wewnętrznej korupcji [Bembenek, 2009, s. 245-246].

Analizując literaturę przedmiotu, doniesienia prasowe oraz statystyki, można dostrzec przesłanki, które pozwalają przypuszczać, że podmioty gospodarcze w swojej codziennej działalności nie kierują się wskazaniem etycznymi i nie oceniają swojej działalności przez pryzmat kategorii moralnych. Generalnie uważa się, że obowiązkiem przedsiębiorców i menedżerów jest maksymalizacja zysku, pozyskiwanie klientów czy udziału w rynku, a nie przejmowanie się aspektami etycznymi, czy społeczną odpowiedzialnością biznesu [Voss, 2016, s. 26].

Jednym z pytań badania ankietowego było pytanie o potrzebę szkoleń z zakresu etyki i tak: 82,2% ankietowanych członków Stowarzyszenia Księgowych w Polsce i 76,3 % właścicieli biur rachunkowych uważa, że powinien istnieć obowiązek odbywania okresowych szkoleń z zakresu etyki przez kadre zarządzającą. Wydaje się zatem, że codzienne zachowania osób prowadzących działalność gospodarczą, czy zarządzających biznesem dają otoczeniu sygnał, że wiedza z zakresu etyki powinna być systematycznie odświeżana. W przeciwnym razie coraz częściej będzie dochodziło do nadużyć, wyłudzeń czy oszustw.



Analiza problematyki nadużyć w firmach oraz samo zarządzanie ryzykiem nadużyć budzi coraz większe zainteresowanie. Trzeba jednak zacząć od podstaw tego zagadnienia, a mianowicie od „trójkąta nadużyć”. Autorem tej teorii jest amerykański socjolog i kryminolog Donald Cressey, który wyniki swoich badań podsumował w książce *Pieniądże innych ludzi: studium nad psychosocjologią nadużyć*. Z tej publikacji wywodzi się też koncepcja trójkąta nadużyć.



**Rysunek 1. Trójkąt nadużyć**

Źródło: Wells [2006, s.7].

Donald Cressey na podstawie swoich badań uznał, że wystąpienie trzech czynników może drastycznie zwiększyć ryzyko pojawienia się nadużyć. Są to:

- Okazja - sprawca nadużycia nie tylko ma wiedzę, ale również potrafi doskonale wykorzystać luki w systemie swojej firmy. Z tego też powodu na „krytycznych” stanowiskach nie powinno się łączyć pewnych funkcji. Elementem, który odgrywa istotną rolę jest przekonanie sprawcy o swojej bezkarności i możliwości uniknięcia kary.
- Motyw/Presja – w większości przypadków jest to chęć zdobycia korzyści majątkowych (nie tylko pieniędzy), często powiązana z finansowymi problemami sprawcy. Częstym motywem jest chęć odegrania się na pracodawcy, która wynika z poczucia niesprawiedliwości. W wielu przypadkach istotnym motywem lub źródłem presji są narzucone odgórnie cele sprzedażowe.
- Racjonalizacja – jako jeden z mechanizmów obronnych jaki stosuje ludzki umysł. Człowiek postępujący źle, czuje wewnętrzny dyskomfort, ale uzasadnia sam przed sobą trudne, czy złe decyzje i działania.

W przypadku oszustw, większość osób jest świadoma, że jest to działanie negatywne, ale zostaje ono wytłumaczone rewanżem za krzywdy, upokorzenia lub jako zupełnie naturalne działania - „*wszyscy kradną więc to nic złego*”, czasem usprawiedliwieniem staje się rozmiar firmy „*okradam wielką korporację, nikt na tym nie traci*”.

Powyższe rozważania skupiały się na znalezieniu powodów, które sprawiają, że generalnie uczciwy człowiek ulega pokusom i dopuszcza się nadużyć.

W tym miejscu należy mocno zaakcentować ogromną rolę jaką odgrywają menedżerowie w procesie promowania etyki. To właśnie ich postawa, prezentowane wartości oraz przekazywane podwładnym normy, zasady i zwyczaje są wskazówkami, a tym samym wyznacznikami granic. Postawa etyczna w zachowaniu menedżera musi być jasno postrzegana przez każdego z pracowników. Przeciż, to właśnie on kształtuje kulturę organizacyjną firmy, opartą na profesjonalizmie i przedsiębiorczości. W dobie nowoczesnego zarządzania, innowacji, wizji, strategii i ekspansji na nowe rynki, pojawiają się możliwości rozwoju przedsiębiorstwa, jak i rozwoju indywidualnego. Współczesny menedżer to osoba wykształcona, ale systematycznie dążąca do podnoszenia swoich umiejętności i kompetencji. Dzięki poszerzaniu horyzontów jest coraz bardziej świadoma znaczenia etyki biznesu zarówno dla pojedynczego przedsiębiorstwa jak i zrównoważonego rozwoju. W literaturze przedmiotu spotykamy również propozycję składania przez menedżerów przyrzeczenia na wzór lekarskiej przysięgi Hipokratesa. [DeMartino i McCloskey, 2016], [Gasparski, 2017].

Bardzo interesujący jest wynik badania ankietowego przeprowadzonego wśród studentów z kierunku zarządzanie, nie tylko w Polsce (Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa im. Prezydenta Stanisława Wojciechowskiego w Kaliszu) ale również w Portugalii (Polytechnic Institute of Braganca) i na Cyprze (Frederick University), w którym skierowano do studentów dwa pytania:

1. Czy etyka powinna być obowiązkowym przedmiotem w liceach i uczelniach kształcących przyszłych managerów/pracowników służb finansowo – księgowych?
2. W Twojej opinii ( studenta) skłonność do działań etycznych uwarunkowana jest:
  - a) Indywidualnym systemem wartości;
  - b) Kodeksami/ regulaminami etycznymi;
  - c) Innymi.

Wszyscy respondenci ( 100 %) odpowiedzieli, że etyka powinna być obowiązkowym przedmiotem w liceach i szkołach wyższych kształcących przyszłych menedżerów, zarządzających oraz osoby chcące pracować w szeroko rozumianych finansach przedsiębiorstw. Również 100% respondentów wyraziło opinię, że skłonność do działań etycznych uwarunkowana jest indywidualnym systemem wartości.

## Zakończenie

Podczas wielu spotkań, konferencji i kongresów zauważyć można niesłabnącą potrzebę refleksji na temat znaczenia etycznego aspektu prowadzenia działalności gospodarczej.

W obliczu problemów, które stoją przed gospodarką europejską i globalną, wszelkie działania mogące wpłynąć na poziom pojmowania etyki biznesu nabierają szczególnej wagi. Zainteresowanie etyką i jej popularność ciągle rośnie ze względu na to, że przedsiębiorcy zaczynają dostrzegać korzyści płynące z przyjęcia postawy etycznej w biznesie.

Badania wskazują, że w dużej mierze zachowania etyczne uwarunkowane są indywidualnym systemem wartości każdego człowieka. Wiele osób przestrzega normy etyczne bez względu na istniejące kodeksy etyki, ale niestety jest także grupa osób, dla których zachowania etyczne mają znaczenie marginalne. Konieczne są zatem systematyczne szkolenia oraz uwzględnianie w programach nauczania uczelni wyższych – etyki. Nie można zapominać o wyzwaniach stojących dziś przed edukacją, które związane są z czynnikami demograficznymi oraz kulturowymi, a niosącymi niejednokrotnie dylematy etyczne. Studenci, przyszli menedżerowie, zgłaszają potrzebę i chęć kształcenia w zakresie etyki, która nierozdzielnie wiąże się z wieloma obszarami życia społecznego

Reasumując, należy zgodzić się z tezą, że etyka odgrywa istotną rolę dla społecznej odpowiedzialności biznesu i z tego powodu trzeba systematycznie i przy każdej okazji podkreślać znaczenie etyki biznesu, która w obliczu innowacji, dywersyfikacji, cyberprzestrzeni, tempa zmian i globalizacji może ulec zapomnieniu.

## Literatura

Adamczyk Jadwiga. 2009. *Spoleczna odpowiedzialność przedsiębiorstw. Teoria i praktyka*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.

- Bembenek Bogusław. 2009. Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw Doliny Lotniczej w świetle badań empirycznych. W *Społeczna odpowiedzialność biznesu. Uwarunkowania, kontrowersje, dobre i złe praktyki*, red. Zdzisław Pisz, Magdalena Rojek-Nowosielska. Prace Naukowe Uniwersytetu Wrocławskiego: 42.
- Bogle John C. 2009. *Dość. Prawdziwe miary bogactwa, biznesu i życia*. Warszawa: PTE.
- Brzeziński Stanisław. 2012. „Czynniki kształtujące orientację rynkowej odpowiedzialności społecznej”. *Marketing i Rynek*: 11.
- DeMartino George F., McCloskey Deirdre N. 2016. *The Oxford Handbook of Professional Economic Ethics*. Oxford University Press.
- Gasparski Wojciech. 2008. *Responsible Management Education*. Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.
- Gasparski Wojciech. 2012. *Biznes, Etyka, Odpowiedzialność*. Warszawa: Wydawnictwa Profesjonalne PWN.
- Gasparski Wojciech. 2017. *Biznes, Etyka, Odpowiedzialność*. Warszawa: Wydawnictwa Naukowe PWN.
- Myśliwiec Grzegorz. 1999. *Elementy etyki gospodarowania*. Warszawa: Oficyna Wydawnicza Szkoły Głównej Handlowej.
- Penc Józef. 2010. *Kultura i etyka w organizacji. Aspekty pragmatyczne i strategiczne*. Szczytno: Wydawnictwo Wyższej Szkoły Policji w Szczytnie.
- Voss Grażyna. 2016. *Kształtowanie norm etycznych a odpowiedzialność zawodowa księgowych*. Bydgoszcz: Wydawnictwo Uczelniane Uniwersytetu Technologiczno-Przyrodniczego w Bydgoszczy.
- Wells Joseph T. 2006. *Nadużycia w firmach, Vademecum, zapobieganie i wykrywanie*. Warszawa: Lexis Nexis.
- Encyklopedia Popularna PWN. 2004. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN SA.