



Danuta Kaszyńska

CZY ETYKA BIZNESU JEST ETYKĄ?

Danuta Kaszyńska, mgr – doktorantka Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie

adres korespondencyjny:

15-802 Białystok, ul. Morelowa 21

e-mail: danuta@kaszynska.pl

IS BUSINESS ETHICS A REAL ETHICS?

SUMMARY: Ethics is set of rules, norms, regulations, writs and bans that determine the ways of people's behaviour as well as a branch of philosophy that studies morality and creates intellectual systems, which the moral rules could be derived from.

Business ethics is a branch of knowledge that deals with a moral dimension of economic activity. It is a set of justified moral standards that decide upon what is moral and what is immoral in business. This discipline deals with the implementation of general ethical rules to resolve dilemmas in the situations characteristic for business. In the 1980s and 1990s there emerged moral breakthrough in a business practice. Nowadays, business ethics delivers knowledge not only regarding the moral aspects connected to economic activity, but it also initiates a social movement called CSR (Corporate Social Responsibility). CSR is such an economic activity that aims at achieving the balance between effectiveness of a company and social interest.

Business ethics and the values connected with this concept are included in a definition of ethics. One cannot speak about business ethics without using general ethical norms.

KEY WORDS: ethics, business ethics, corporate social responsibility, moral dimension of economic activity

Etyka (z greckiego *ethos*) oznacza ‘nawyk, zwyczaj’. Etyka jest to zespół zasad, norm, przepisów, nakazów, zakazów wyznaczających sposoby postępowania ludzi oraz dział filozofii zajmujący się badaniem moralności i tworzeniem systemów myślowych, z których można wyprowadzać zasady moralne¹. W starożytności przez etykę rozumiano rozważania o moralności, w szczególności filozofię moralności. Rzeczowniki „etyka” i „moralność” mają różne znaczenia. Moralność jest to fakt społeczny, polegający na tym, że ludzie postępują (z uwagi na dobro i zło) tak, a nie inaczej. Etyka to zbiór wskazań, jak mają postępować, czyli reguł kształtujących to, co powinno być dokonywane z moralnego punktu widzenia.

Etyka biznesu to dziedzina wiedzy dotycząca moralnego wymiaru działalności gospodarczej. Stanowi ona zbiór zasadnych standardów moralnych dotyczących decydowania, co w biznesie jest moralnie właściwe, a co niewłaściwe. Jest to dyscyplina zajmująca się stosowaniem ogólnych zasad etycznych do rozstrzygnięcia dylematów w sytuacjach charakterystycznych dla biznesu².

Normy i wartości określające, jak z moralnego punktu widzenia powinni zachowywać się przedstawiciele danej społeczności, są zawierane w kodeksach etycznych. Są one z reguły przejrzyste, nieskomplikowane, z jednoznacznie podanymi zasadami. Zapewniają pewność moralności i jej stabilność, a to są bardzo ważne wartości z punktu widzenia społecznego ładu moralnego. Zasady etyki normatywnej tworzą deontologię, zazwyczaj odnoszoną do konkretnej i ważnej dziedziny ludzkiej aktywności. Oceny moralne i normy moralne są równoważne w tym sensie, że to, co dobre, jest wymagane moralnie, a to, co wymagane moralnie, jest dobre. Normy nie określają tego, co jest, a moralność jest tym, jak ludzie postępują. Etyka normatywna nie opisuje moralności, ponieważ składa się z norm. Jest ona nie tylko zbiorem reguł pojawiających się w codziennej ludzkiej praktyce, ale także tworem filozofów i działem filozofii. Obok etyki normatywnej wyróżnia się także etykę opisową, zwaną też nauką o moralności, która:

- rozważa, jakie sposoby postępowania są rozpowszechnione w danym czasie i miejscu, wyjaśnia, dlaczego zachodzą (lub nie zachodzą) różnice między moralnością różnych grup społecznych, na przykład przez odwołanie się do czynników ekonomicznych, historycznych czy ekologicznych; moralność ma też swoje skutki, na przykład szacunek dla prawa jako postawa moralna skutkuje postawą zwaną legalizmem, to jest akceptacji prawa, ponieważ jest prawem;
- bada motywy postępowania, a więc zajmuje się kwestiami psychologicznymi, odpowiada na pytania, czy ludzie postępują altruistycznie, egoistycznie, jaki jest mechanizm oceniania;

¹ *Słownik pojęć filozoficznych*, Wyd. Naukowe Scholar, Warszawa 1996.

² W. Gasparski, *Biznes. Etyka. Odpowiedzialność*, w: *idem, Etyka biznesu*, Wyd. Profesjonalne PWN, Warszawa 2012, s. 79.

- zajmuje się bytem, jego właściwościami i strukturą oraz logicznym i metodologicznym zapleczem etyki.

Obok etyki kodeksowej istnieje etyka sytuacyjna. Polega ona na samodzielnym podejmowaniu decyzji o takim lub innym postępowaniu, opierając się na ogólnych zasadach, znanych każdemu człowiekowi i powszechnie akceptowanych. Są one jednak dostosowane do konkretnych sytuacji. Etyka sytuacyjna stawia na moralną autonomię jednostki i opiera się na przeświadczeniu, że sumienie jako zdolność do osądu moralnego dostarcza wystarczającej podstawy dla rozpoznania dobra i odróżnienia go od zła. Intuicja moralna często zawodzi, szczególnie gdy człowiek nie posiada wystarczającego doświadczenia życiowego. Nie każdy potrafi używać intuicji moralnej w sposób należyty i dlatego nie wie, co i jak oceniać z punktu widzenia dobra i zła. Poprzestanie na etyce sytuacyjnej sprzyja subiektywizmowi moralnemu. Mimo że zdarzają się pomyłki i błędne decyzje moralne, to sumienie jest, zdaniem zwolenników etyki sytuacyjnej, efektywnym drogowskazem dla właściwego wyboru moralnego.

Interesujące rozwiązanie na temat etyki w biznesie przedstawił niemiecki naukowiec³, który w moralności i etyce dopatrywał się możliwości rozwiązania globalnych kryzysów poprzez ustanowienie porządku prawnego gospodarki światowej opartego na etosie uniwersalnym. Autor postawił następujące pytania: jakie środki, metody i instrumenty mają systemy prawne do wyegzekwowania przestrzegania zasad etycznych w gospodarce światowej, w jaki sposób można je zoptymalizować, aby etos uniwersalny egzystował i miał zapewniony długotrwały rozwój, a nie tylko pozostawał w sferze utopii i czy zarówno polityka, jak i gospodarka światowa są związane normami prawnymi, w których możliwości ustanawiania norm moralnych jako obowiązującego prawa są ściśle ograniczone? Założył, że jeśli odpowiedź na nie będzie twierdząca, to można postawić i rozwinąć tezę, a także wygenerować jej uzasadnienie, że porządek prawny gospodarki światowej można udoskonalić tylko poprzez stworzenie takiego prawa, które przede wszystkim będzie mogło zidentyfikować normy moralne, wprowadzić je do zasobu legislacyjnego i zapewnić ich przestrzeganie. Ważne jest wyodrębnienie najważniejszych, podstawowych zasad etycznych i moralnych w płaszczyźnie porządku prawnego gospodarki światowej, które zdeterminują kształt i treść obowiązującego prawa. Normy etyczne nie są obowiązującym prawem, gdyż ich przestrzeganie nie jest narażone na konkretne sankcje prawne. Z drugiej strony jednak można wyraźnie zauważyć, że są one ukierunkowane na spowodowanie tego, aby kanon zasad etycznych był zgodny z zachowaniami i normami prawnymi oraz porządkiem prawnym w polityce i gospodarce światowej⁴.

Człowiek przejawia różnorodną aktywność, dzięki której stwarza sobie i innym ludziom warunki do przeżycia, do przyswajania wiedzy, nabywania różnych umiejętności. Wśród tych aktywności jest również działalność gospodarcza, podejmowana i rozwijana ze względu na różne potrzeby, których zaspokajanie

³ H.D. Assmann, *Weltethos und die rechtliche Ordnung der Weltwirtschaft*, Piper Verlag, München 1998, s. 84-125.

⁴ *Ibidem*.

zapewnia człowiekowi wyższą jakość życia. Działalność gospodarcza ma za zadanie wytwarzanie dóbr i lokowanie ich na rynku. Dobrami mogą być też różne usługi, jeśli tylko odznaczają się jakimiś pozytywnymi wartościami przedmiotowymi. W działalności gospodarczej najważniejszy jest zysk, który często ma negatywny charakter moralny. Jest on jednak naturalnym motorem działalności gospodarczej prowadzonej racjonalnie, gdyż działalność gospodarcza nie może być działalnością charytatywną. Przedsiębiorcy nie mogą jednak kierować się w swoich działaniach wyłącznie skutecznością osiągnięcia zysku. W działalności gospodarczej ważne są także inne motywy, jak rozwój gospodarczy danego obszaru, regionu, poprawa warunków życia zamieszkujących dany obszar ludzi. W rozwiązywaniu problemów związanych z tym, jak należy postępować w szeroko rozumianej działalności gospodarczej, pomagają nam etyka biznesu.

Etyka biznesu to wiedza oraz moralne postępowanie w działalności gospodarczej; dziedziną zajmującą się stosowaniem ogólnych zasad etycznych do rozstrzygnięcia dylematów etycznych w sytuacjach charakterystycznych dla biznesu⁵. Współcześnie każda firma, we własnym interesie, dokłada starań, by jej sposób zachowania, zarówno w relacjach z pracownikami, kontrahentami, jak też klientami, a nawet konkurentami, był zgodny z przyjętymi już w świecie biznesu standardami moralnymi. Chęć osiągnięcia zysku przez przedsiębiorstwa znajduje się w pewnej równowadze z aspiracjami właścicieli i menedżerów do spełniania określonej misji, przynoszenia pożytku społeczeństwu, pozyskiwania jego uznania. Interesy pracodawców i pracowników w szczegółach są sprzeczne, tak jak i relacje producent – konsument, jednak obie strony siebie potrzebują. Powodzenie biznesu jest wspólną sprawą wszystkich jego uczestników. Prowadzi to do tworzenia i rozwijania więzi społecznych w kontekście działań gospodarczych.

Stosunek pracodawca – pracownik generuje wiele pytań, na przykład: ile może wymagać pracodawca od swoich pracowników, jakie są granice prawa protestu, a zwłaszcza strajku, czy prawa pracownicze nie ograniczają praw właścicieli przedsiębiorstw? Ważne są także kwestie związane z dyskryminacją pracowników z powodu płci lub wieku, mobbing, naruszanie ich prywatności, „dyspozycyjność jako forma nowego niewolnictwa”⁶. Istnieje też problem granic uprawnień, jakie mogą przysługiwać grupom pracowniczym w stosunku do prywatnych właścicieli przedsiębiorstw.

W relacje producent – sprzedawca – konsument wpisuje się jeszcze firmy marketingowe, badawcze i reklamowe⁷. W związku z tym nasuwa się wiele pytań, na przykład: czy dany produkt jest bezpieczny, czy nie zawiera wad, czy został wyprodukowany w warunkach nieszkodliwych dla środowiska? Są również pytania dotyczące nieuczciwej konkurencji, zaniżania cen, własności intelektualnej. W interesie publicznym jest udostępnianie zdobyczy techniki. To wchodzi w konflikt z interesem przedsiębiorstwa lub jednostki, która wytworzyła nowy, innowacyjny produkt. W jakim stopniu prawo patentowe i licencyjne powinno

⁵ W. Gasparski, *Biznes. Etyka. Odpowiedzialność ...*, op.cit., s. 87.

⁶ *Ibidem*, s. 12.

⁷ J. Woleński, J. Hartman, *Wiedza o etyce*, Wyd. Szkolne PWN, Warszawa – Bielsko-Biała 2008, s. 318.

chronić interesy wytwórców? Każdy wynalazek powinien być podany do publicznej wiadomości. Czy ponad prawem do własności autorskich powinno stać prawo dostępu do informacji, a tym samym do innowacji? Rodzi się jeszcze wiele pytań dotyczących sfery marketingu i sprzedaży. Czy reklama mająca za zadanie zwiększyć udział w rynku danego produktu może opierać się na przypisywaniu zalet, których dany produkt nie posiada? Czemu służą pozorne promocje i wyprzedaże? Z drugiej strony, jak zachowują się nabywcy produktów? Czy mogą zwracać produkt, którego zaczęli używać, twierdząc, że jeszcze tego nie robili? Współczesna gospodarka opiera się nie tylko na wiedzy ekonomicznej; bardzo ważna jest też wiedza o etycznym kontekście działalności gospodarczej.

Etyczne problemy działalności gospodarczej rozpatrywane są na czterech poziomach, na których jest uprawiana działalność gospodarcza:

- mikropoziom zachowań ludzi zaangażowanych w działalność gospodarczą – niezależnie od kontekstu działań dotyczy spraw życia i śmierci, cnót i przywar, praw i obowiązków, zasług, nagród, przewinień i kar; specyficzne dla mikroetyki biznesu są pojęcia rzetelnej wymiany i rzetelnej zapłaty, rozróżnienie między „okazją” a „kradzieżą”⁸;
- mezopoziom między mikroetyką a makroetyką biznesu – na tym poziomie są zorganizowane działania dwojakiego rodzaju: wewnętrzne – zachodzące w organizacji, poczynając od najmniejszych rodzinnych firm, poprzez spółki różnej wielkości, aż po wielkie korporacje, oraz zewnętrzne – zachodzące w środowisku, w jakim współdziała organizacja, to jest na zewnątrz organizacji, w ich otoczeniu bezpośrednim; otoczenie bezpośrednie stanowią inne organizacje – dostawcy, odbiorcy, klienci, konsumenci, instytucje finansowe, podatkowe, społeczność lokalna, a także środowisko naturalne;
- makropoziom ustroju gospodarczego kraju lub związku krajów, na przykład Unii Europejskiej – na tym poziomie rozpatrywane są zasady etycznego rynku i zasady normujące działalność gospodarczą w skali społecznej i politycznej;
- poziom globalny – na tym poziomie działalność gospodarcza jest uprawiana już nie tylko na skalę międzynarodową, (wymiana między podmiotami z różnych krajów i rynków lokalnych), ale glob ziemski jest traktowany jako jeden rynek.

Inicjatywą na skalę globalną jest ogłoszona 7 lipca 2009 roku encyklika Benedykta XVI *Caritas in veritate. O integralnym rozwoju ludzkim w miłości i prawdzie* (2009), w której między innymi napisano: „Trzeba zabiegać [dop. – D.K.], aby nie tylko powstawały sektory lub działy „etyczne” ekonomii lub finansów, lecz aby cała gospodarka i finanse były etyczne, i były takie nie ze względu na zewnętrzną etykietę, lecz ze względu na uszanowanie wymogów wewnętrznych w stosunku do ich natury”⁹.

Z punktu widzenia etyki biznesu przedsięwzięcia gospodarcze powinny być tak realizowane, aby obiekty okazywały się dobrami rzeczywistymi, o możliwie najpozytywniejszych wartościach przedmiotowych. Działania, które do tego nie

⁸ W. Gasparski, *Biznes ...*, *op.cit.*, s. 80.

⁹ Cyt. za: *ibidem*.

doprowadzają, są po prostu nieetyczne, prowadzone przez osoby odznaczające się negatywnymi wartościami¹⁰.

Etyka biznesu ma bardzo bogate historyczne źródła. Zasadom postępowania człowieka w procesie gospodarowania zajmowali się wielcy filozofowie – między innymi Platon kwestie ekonomiczne podporządkowywał naczelnej idei dobra¹¹, Arystoteles rozważał zagadnienia gospodarcze w perspektywie etycznej działalności: „Rzeczy, których można używać, używać można źle lub dobrze; bogactwo należy do rzeczy używalnych”. O ludziach zajmujących się bogaceniem, którzy ignorowali zasady etyczne, pisał: „Albowiem istotę chciwości stanowią dwie wady: niedostateczna ofiarność i nadmierna chęć brania. [...] Wspólną ich cechą jest jak się okazuje, chęć brudnego zysku. Bo wszyscy oni dla zysku, i to małego narażają się na hańbę”¹². Etyczne aspekty życia gospodarczego można odnaleźć również w średniowieczu. Św. Tomasz z Akwinu zajmował się między innymi zagadnieniami ceny sprawiedliwej, uznając za jej kryterium nakład pracy. Według św. Tomasza, handel dla zysku, a także lichwa, jako dochód bez pracy, zasługiwały na potępienie. W średniowieczu dzięki wzrostowi znaczenia mieszczaństwa zaczęła się tworzyć etyka zachowań gospodarczych. W cechach rzemieślniczych, stowarzyszeniach kupieckich zaczęto ustalać ogólne normy zachowania i precyzowano specyficzne wymagania dla poszczególnych zawodów.

W czasach nowożytnych Kant zalecał etyczne traktowanie każdego człowieka, także w sferze działalności gospodarczej – „Postępuj tak, byś człowieczeństwa tak w twej osobie, jako też w osobie każdego innego używał zawsze zarazem jako celu, nigdy jako środka”¹³.

Niemal każda religia odnosi się do moralności i etyczności życia gospodarczego. Wiele osób w ciągu wieków, łącznie ze współczesnymi ludźmi biznesu, budowało swą etykę na religii. Dla chrześcijanina podstawową księgą zasad moralnych jest Biblia, dla muzułmanina – Koran, dla żyda – Tora zinterpretowana w Talmudzie. Marcina Lutera i jego następców wiara utwierdzała w przekonaniu, że wykonywana dobrze praca i związane z nią działania dążące do osiągnięcia zysku są pochwalaną przez Boga służbą. Kalwiniści uważali nawet, że wolą Boga jest pracować i inwestować znaczną część swego dochodu w przedsięwzięcia gospodarcze. Także w okresie wczesnego kapitalizmu panowało przekonanie, że uczciwość i biznes nie muszą się wykluczać. Było to istotnym argumentem moralnym, aby podejmować działalność gospodarczą. W latach osiemdziesiątych i dziewięćdziesiątych XX wieku nastąpił przełom moralny w praktyce biznesowej. Współcześnie etyka biznesu dostarcza nie tylko wiedzy o moralnym aspekcie związanym z prowadzeniem działalności gospodarczej, ale także inicjuje ruch społeczny zwany społeczną odpowiedzialnością biznesu CSR (*Corpo-*

¹⁰ *Ibidem*, s. 24.

¹¹ K. Kietliński, V.M. Reyes, T. Oleksyn, *Etyka w biznesie i zarządzaniu*, Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2005, s. 70.

¹² A. Brzozowski, *Przewodnik wdrażania CSR*, Wyższa Szkoła Administracji Publicznej, Białystok 2009, s. 71.

¹³ *Ibidem*, s. 72.

rate Social Responsibility). Poszukuje się takich kierunków działania, które byłyby społecznie odpowiedzialne, ekologicznie przyjazne i ekonomicznie wartościowe, stosowały zasadę trzy E – efektywność, ekonomiczność i etyczność. Społeczna odpowiedzialność biznesu to prowadzenie działalności gospodarczej w taki sposób, aby najwyższym celem było osiągnięcie równowagi między efektywnością firmy a interesem społecznym.

Kwestia odpowiedzialnego finansowania gospodarki w skali globalnej jest przedmiotem inicjatywy, jaką podjął w 2000 roku Sekretarz Generalny ONZ Kofi Annan, noszącej nazwę Globalne Przymierze (*Global Compact*). W 2009 roku pod auspicjami Globalnego Przymierza został ogłoszony *Manifest. Globalna etyka gospodarcza: skutki dla światowego biznesu*. Globalne Przymierze wskazuje i zaleca następujące zasady:

- popieranie i przestrzeganie praw człowieka przyjętych przez społeczność międzynarodową;
- eliminowanie wszelkich przypadków łamania praw człowieka przez firmę;
- poszanowanie wolności stowarzyszania się i przyznanie prawa do prowadzenia negocjacji zbiorowych;
- eliminowanie wszelkich form pracy przymusowej;
- zniesienie wykonywania pracy przez dzieci;
- przeciwdziałanie dyskryminacji w sferze zatrudnienia i w wykonywaniu zawodów;
- popieranie prewencyjnego podejścia do kwestii związanych z ochroną środowiska;
- podejmowanie inicjatyw mających na celu promowanie postawy odpowiedzialności wobec środowiska naturalnego;
- popieranie rozwoju, stosowania i rozpowszechniania przyjaznych środowisku technologii;
- przeciwdziałanie korupcji we wszystkich formach, w tym wymuszaniu i łapówkarstwu.

Manifest ten nakłania firmę do poparcia, przyjęcia i stosowania tych wymienionych fundamentalnych wartości z zakresu praw człowieka, standardów pracy, ochrony środowiska i przeciwdziałania korupcji, czyli włączenia się w społeczną odpowiedzialność.

Korzyści społecznej odpowiedzialności biznesu można rozpatrywać w dwóch zakresach: przedsiębiorstwa (z podziałem na wewnętrzne i zewnętrzne) i społeczeństwa. Do korzyści wewnętrznych przedsiębiorstwa można zaliczyć zwiększenie zaangażowania i motywacji pracowników, tworzenie kultury organizacyjnej firmy, niższe koszty nadzoru, wzrost innowacyjności, korzyści marketingowe. Korzyści zewnętrzne przedsiębiorstwa to: pozytywny wizerunek wśród interesariuszy, bezkonfliktowe prowadzenie działalności w społeczności lokalnej, wzrost liczby lojalnych klientów, wzrost konkurencyjności, zainteresowanie inwestorów, prestiż w otoczeniu. Do korzyści dla społeczeństwa zalicza się aktywny udział przedsiębiorstw w rozwiązywaniu problemów społecznych. Ważne jest, aby poznać potrzeby lokalnej społeczności i zakładać cele strategiczne zawarte w CSR, opierając się na rzeczywistych identyfikowalnych potrzebach. Narzędziem, które

w tym pomaga, jest dialog społeczny. Przykładem wpływu dialogu społecznego może być program „Akademia Augustowska”. Jej powołanie do życia było wynikiem dialogu społecznego firmy British American Tobacco Polska S.A. z lokalną społecznością reprezentowaną przez burmistrza Augustowa oraz interesariuszami firmy BAT. „Akademia Augustowska” stała się w kolejnych latach jej wdrażania bardzo ważnym narzędziem walki z bezrobociem w Augustowie i jego okolicach. Przykładem innych działań jest stworzenie przez firmę Malow z Suwałk najlepszej w Polsce drużyny badmintona. Inne korzyści to: ochrona środowiska, programy edukacyjne dla mieszkańców, wolontariat pracowniczy, finansowanie działalności sportowej, kulturalnej, charytatywnej.

Idea CSR coraz częściej jest wpisywana do działań przedsiębiorstw. Wprawdzie efekty wynikające z jej wdrażania mają charakter niematerialny i są trudne do zmierzenia, mogą jednak stać się istotnym czynnikiem przewagi konkurencyjnej organizacji. Stosowanie zasad CSR w firmie wzmacnia jej reputację w oczach klientów, dostawców, społeczności lokalnych, mediów. Wytyczne o charakterze ponadnarodowym często stanowią podstawę budowania kodeksów etycznych przedsiębiorstw, a także regulaminów firm. Kodeksy etyczne jasno określają zasady postępowania, ograniczając przypadki korupcji, konfliktów interesów oraz innych złych praktyk. Wpływają też pozytywnie na przestrzeganie zasad uczciwej konkurencji, przejrzystości działań w otoczeniu biznesowym, rzetelności wobec innych. Dobór partnerów biznesowych powinien być oparty na jasnych zasadach, uwzględniających jakość produktu, cenę oraz praktyki społeczne, ekologiczne i etyczne. Na wizerunek odpowiedzialnego przedsiębiorcy wpływają również działania jego kooperantów. W związku z tym przedsiębiorcy do kryteriów wyboru partnerów handlowych włączają również wymagania z zakresu społecznej odpowiedzialności. Każda firma, której strategia działania przewiduje wieloletni trwały rozwój, posiada spisane zasady etycznego działania. Takich zasad oczekuje również od partnerów biznesowych. Powstają stanowiska dla ekspertów etycznych tworzone przez firmy, a także inicjuje się działalność organizacji zajmujących się ustalaniem standardów i oceną zachowań firm i korporacji. Spisane kodeksy nie wystarczą, aby wyeliminować nieetyczne zachowania. Niezbędna jest cała strategia, aby firma nauczyła się działać według standardów zawartych w kodeksie.

Ale czy kodeksy etyczne pełnią swoją rolę? Ludzie na ogół reagują spontanicznie na sytuacje, w których pojawia się potrzeba reakcji moralnej, i wtedy intuicyjnie stosują zasady, które są ich fundamentem. Z tego, jakie wartości są ważne i przestrzegane przez elitę biznesu, będą wynikać również zasady obowiązujące w firmach. Bo czy można mówić o etyce w biznesie, jeśli nie są zachowywane podstawowe zasady etyczne stosowane w życiu codziennym? Etyczna strona działalności przedsiębiorstwa to również dostrzeganie skutków własnych decyzji i ponoszenie za nie odpowiedzialności, kierowanie się dobrem społeczeństwa w ramach ogólnie przyjętych norm, nawet za cenę utraty części zysków. Postawa etyczna w działalności gospodarczej wpływa bezpośrednio na system wartości społeczeństwa. W związku z tym ważny jest poziom etyczny przedsiębiorców. Często zachodzi konflikt między werbalną akceptacją reguł a brakiem

ich poszanowania. Jednak etyka kodeksowa jest najbardziej skutecznym środkiem rozpowszechniania i ujednolicenia ocen moralnych.

W gospodarce, w coraz większym stopniu opartej na wiedzy, wiedza o etycznym wymiarze działalności gospodarczej powinna należeć, na równi z wiedzą ekonomiczną i techniczną, do intelektualnego wyposażenia ludzi biznesu. Wiedza ta to właśnie etyka biznesu, która jest częścią etyki normatywnej – ustalającej normy postępowania, zalecającej pewne zachowania, jak i etyki opisowej – opisującej moralne postawy, przekonania, wartości i zachowania ludzi interesu. Jest dyscypliną uprawianą na przecięciu etyki jako działu filozofii praktycznej oraz zachowań ludzi aktywnie czynnych w organizacjach gospodarczych. Etyka biznesu to również zbiór zasadnych standardów moralnych decydowania o tym, co w biznesie jest moralnie właściwe, a co niewłaściwe. Etyka biznesu jako etyka stosowana odwołuje się do etyki – dyscypliny filozoficznej oraz do innych niż etyczne teorii moralności, głównie psychologicznych (na przykład teorii rozwoju moralnego człowieka Lawrence’a Kolberga) i socjologicznych (na przykład problematyki zaufania), będących teoriami opisowymi, a nie normatywnymi. Z teorii tych etyka biznesu czerpie wiedzę o kształtowaniu się człowieka działającego jako podmiot moralny, czyli osoby zdolnej do odróżnienia dobra od zła, poznania wartości, ustanawiania norm moralnych oraz postępowania zgodnie z tymi normami¹⁴.

Etyka biznesu i wartości związane z tym pojęciem zawierają się w definicji etyki. Nie można mówić o etyce biznesu bez stosowania ogólnych norm etycznych.

¹⁴ *Ibidem*.