

Bogumiła Bubiak

Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu

EFEKTYWNOŚĆ A ETYKA W DZIAŁALNOŚCI SZKOLENIOWEJ

Wprowadzenie

W dobie globalizacji i wszechobecnej konkurencji oraz zwiększających się wymagań konsumentów uzasadnione wydaje się, że organizacje chcą działać efektywniej. Zasadniczą kwestią pozostaje rozstrzygnięcie znaczenia pojęcia efektywności, jego rozumienia oraz wdrożenia do przedsiębiorstwa takich działań, które do tej efektywności prowadzą. Kolejnym problemem jest kwestia pomiaru efektywności organizacji i oceny, w jakim stopniu wdrożone działania przyczyniły się do wzrostu efektywności firmy. Jest to o tyle istotne, gdyż właśnie efektywność organizacji może być źródłem jej przewagi konkurencyjnej. Jednocześnie należy zadać sobie pytanie, czy dążenie do zysku, do zdobywania nowych rynków, poszerzania własnej oferty czy też parcie do osiągnięcia sukcesu, może wkluczać zachowanie etyczne? Czy nie można równocześnie działać efektywnie i zgodnie z zasadami etyki?

Niniejsze opracowanie ma na celu zinterpretowanie wspomnianych dylematów w kontekście praktyki gospodarczej, na przykładzie przedsiębiorstw funkcjonujących w branży szkoleniowej i wskazanie możliwych do zastosowania działań mających na celu skuteczne przenikanie i uzupełnianie się działań o charakterze etycznym i ekonomicznym, co może sprzyjać budowie przewagi konkurencyjnej omawianych organizacji.

Na interpretację zjawiska efektywności może wpływać bardzo wiele czynników i samo postrzeganie tego pojęcia, jako np. przyrostu efektów czy też stosunku nakładów do efektów, może prowadzić do zastosowania błędnych instrumentów mierzenia omawianego zjawiska, a w konsekwencji odmiennych wyników. Czym więc jest owa efektywność? Według Ewy Skrzypek [...] efektywność to zdolność do realizacji strategii firmy i osiągania określonych celów¹. Należałoby w tym miejscu zdefiniować, czym jest owa „zdolność”. Czy

¹ E. Skrzypek: *Jakość i efektywność*. UMCS, Lublin 2000, s. 190; *Etyka a jakość i efektywność organizacji*. Red. E. Skrzypek. UMCS, Lublin 2010, s. 323.

należy ją rozumieć, jako posiadanie zasobów, narzędzi potrzebnych do realizacji strategii czy też należy uznać, iż organizacja, aby istnieć, musi posiadać określone zasoby, a efektywność będzie się przejawiała w umiejętnym ich wykorzystaniu? A jeżeli przedsiębiorstwo nie ma sprecyzowanej strategii ani jasno określonych celów? Czy zatem brak strategii czy też celów może powodować, że firma nie jest efektywna, ponieważ nie znajdujemy elementów, za pomocą których można wspomnianą efektywność zweryfikować? Takie i wiele innych pytań powstaje, kiedy rozważając określone pojęcie zakładamy, iż wszystkie przedsiębiorstwa działają zgodnie z pewnymi prawidłami, kiedy organizacja posiada wizję, misję, strategię opracowaną na wiele lat, kiedy następuje pomiar wyników działalności i ich ocena. Kolejna definicja wskazująca na ekonomiczny aspekt efektywności mówi, że: „Efektywność w sensie ekonomicznym jest relacją wartości uzyskanych efektów do nakładu czynników poniesionych w celu ich osiągnięcia. Niska efektywność ekonomiczna powoduje zwiększenie zapotrzebowania na energię, materiały, powierzchnie produkcyjne, czy pracę ludzką – bez wzrostu ilości i jakości świadczonych usług, czy wytwarzanych produktów. Natomiast wyższa efektywność ekonomiczna stwarza możliwości obniżenia kosztów wytwarzania, zwiększa wyniki produkcyjne, a w konsekwencji otrzymujemy więcej korzyści w postaci większej ilości i jakości usług medycznych, oświatowych, kulturalnych itp.”². Trudno się jednak nie zgodzić z twierdzeniem, iż „[...] nie sposób jednocześnie maksymalizować efektów i minimalizować nakładów; jednak w organizacji, będącej złożonym organizmem, można i należy poszukiwać obszarów, gdzie dany efekt osiąga się przy możliwie najmniejszych nakładach, jednocześnie identyfikując takie procesy, w których największa korzyść zostanie osiągnięta poprzez maksymalizację stopnia realizacji celu przy danych nakładach”³. Cambell z kolei odróżnia efektywność od produktywności uznając, iż efektywność należy wiązać z oceną rezultatów działania, natomiast produktywność określa jako relację efektywności do kosztu osiągnięcia danego poziomu efektywności⁴. „Pojęcie efektywności gospodarowania wyraża skwantyfikowany (za pomocą wskaźników ekonomicznych) wynik osiągnięty w dotychczasowej działalności lub przewidywaną zdolność do zaspokojenia określonych potrzeb społecznych w sposób ekonomicznie efektywny. Zakres zaspokajanych przez przedsiębiorstwo potrzeb społecznych powinien być zgod-

² T. Dudycz, B. Brycz: *Czy polskie przedsiębiorstwa zwiększają efektywność?* W: *Zarządzanie finansami. Mierzenie i ocena wyników przedsiębiorstw*. Red. D. Zarzecki. Szczecin 2008, s. 27.

³ M. Chudykowska: *System pomiaru dokonań organizacji – przedmiot i narzędzie poprawy efektywności*. W: T. Dudycz, G. Osbert-Pociecha, B. Brycz: *Efektywność, rozważania nad istotą i pomiarem*. UE, Wrocław 2012, s. 39.

⁴ M. Majowska: *W kierunku definiowania efektywności organizacyjnej*. W: *Zarządzanie finansami*. Op. cit., s. 116.

ny z celami jego powołania i wyrażania się w takiej ilości lub wartości wyrobów i usług, które można osiągnąć za pomocą posiadanych sił i środków w sposób zapewniający racjonalne ich wydanie”⁵.

Wydaje się, że wieloobszarowość pojęcia efektywności powoduje, iż trudno jest owo pojęcie zdefiniować, a zasadność aktualnych definicji można z łatwością podważyć wskazując na ich zbytne zawężenie czy też pominięcie czynników mających wpływ na rozumienie zjawiska. Trudności ze zdefiniowaniem pojęcia efektywności mogą wynikać chociażby z następujących powodów:

- efektywność sama w sobie może mieć różny wymiar, mówimy: „efektywność organizacji”, ale może się okazać, że tylko jeden z obszarów działalności organizacji może mieć wpływ na to, że jest ona efektywna, zwłaszcza gdy organizacja zajmuje się pracami badawczymi i działalnością komercyjną jednocześnie,
- brak efektywności jednego obszaru organizacji nie musi czynić jej nieefektywnej, gdyż to decydenci określają kluczowe i oczekiwane dla organizacji rodzaje efektywności,
- właściciel czy też właściciele przedsiębiorstwa mogą postrzegać efektywność w sposób odmienny, niż wytyczają to pojęcie ramy teoretyczne czy też poglądy badaczy tematu, zatem „przedsiębiorstwo efektywne” przez właściciela może być rozumiane zupełnie inaczej niż to samo przedsiębiorstwo oceniane w kategoriach efektywności przez głównego księgowego, a zupełnie inaczej rozumiane przez ekonomistę, który uznając przedsiębiorstwo za jedno z wielu, uznaje, iż w kategoriach makroekonomicznych tego typu przedsiębiorstwa funkcjonujące na rynku nie stworzą wartości dodanej, a zatem nie może być mowy o efektywności.

Tego typu dywagacje wskazują, iż zagadnienie efektywności powinno być nadal przedmiotem dyskusji. Nie chodzi bowiem o ustalenie jednej obowiązującej definicji, gdyż znane są w literaturze pojęcia, które są opisywane przez wielu autorów i na których temat toczy się spór. Istotne w rozważaniach i definiowaniu pojęcia wydaje się sprecyzowanie w organizacji dwóch obszarów efektywności:

- ekonomicznego, w którym istniejące instrumenty, zasoby służą tworzeniu wartości firmy i budowaniu jej trwałej przewagi konkurencyjnej,
- pozaekonomicznego, w którym istniejące instrumenty, zasoby, możliwości realizują pozostałe cele organizacji (spełnienie planów zawodowych właściciela, rozwój zainteresowań, możliwość zaistnienia na arenie rynkowej i realizowania własnych pomysłów i wiele innych).

⁵ W. Spruck: *Problem oceny efektywności gospodarczej przedsiębiorstw w działalności kredytowej banku*. „Bank i Kredyt” 1984, nr 10-11, s. 326-327; T. Kamiński: *Ocena ekonomicznej efektywności-dylematy teorii i praktyki*. W: *Ocena efektywności funkcjonowania organizacji gospodarczych*. Red. Z. Bombera, J. Telep. Wyższa Szkoła Ekonomiczna, Warszawa 2003, s. 39.

Rozumiejąc efektywność w powyższy sposób można dokonać, za pomocą dostępnych narzędzi, odpowiedniego pomiaru efektywności ekonomicznej przedsiębiorstwa oraz określić wzajemne oddziaływania pomiędzy wymienionymi obszarami efektywności.

1. Etyka w biznesie

Połączenie obu pojęć, mimo że coraz częściej używane w literaturze, nadal budzi z jednej strony akceptację dla rozszerzania zasad etycznych na wydawałoby się odporny na te zasady biznes, z drugiej jednak przeciwnicy stosowania etyki w biznesie uważają, iż podmiotem moralności jest przecież człowiek, poza tym czyny moralne wiążą się z bezinteresownością, a przecież biznes funkcjonuje dla zysku. Jak uważa J. Sekuła „Biznes w najszerszym tego słowa znaczeniu utożsamia się z działalnością gospodarczą przynoszącą korzyści [...] biznes – w węższym rozumieniu – to działalność gospodarcza ukierunkowana na wymianę, dzięki której możliwe jest osiąganie zysków”⁶. Nieco inaczej widzi to zagadnienie J.W. Gałkowski, uważając, iż „[...] zysk nie ma służyć jedynie właścicielowi, ale także dalszemu tworzeniu warsztatu pracy dla innych, a więc nie tylko zysk właściciela określa cel i sens przedsiębiorstwa [...], nie można więc uznać maksymalizacji zysku (przynajmniej bez jakichś dodatkowych określeń) za główny cel właściciela, mógłby on bowiem pozostać w sprzeczności z wewnętrznym celem przedsiębiorstwa”⁷. Pojmowanie biznesu wyłącznie jako dążenia do maksymalizacji zysku może spowodować, że żądza pieniędzy mogłaby prowadzić do podjęcia wielu niekorzystnych decyzji. W literaturze występują obecnie sprzeczne opinie dotyczące dróg, jakie wybierają przedsiębiorstwa. Jak zauważa J. Kuczowicz, „[...] tak jak przez wieki naturalnym celem podejmowania działalności była maksymalizacja dochodu (zysku), tak wydaje się oczywiste, że podstawowym celem wysiłków podejmowanych przez menedżerów jest wzrost wartości podmiotu”⁸. Z kolei w innej opinii czytamy, iż „[...] wydaje się, że w obecnej rzeczywistości przedsiębiorcy w zdecydowanie większym stopniu koncentrują się na dążeniach do maksymalizacji zysku niż na zaspokajaniu potrzeb społecznych. Zaś

⁶ J. Sekuła: *Uprawomocnienie tzw. etyki biznesu w systemie etyki gradacyjnej*. W: *Etyczne fundamenty gospodarowania*. Red. A. Węgrzecki. Kraków 1999, s. 37. *Etyka w biznesie*. Red. M. Borkowska, J.W. Gałkowski. KUL 2002, s. 34.

⁷ *Ibid.*, s. 40-41.

⁸ J. Kuczowicz: *Zarządzanie przez wartość w małym przedsiębiorstwie – przyczynek do dyskusji*. W: *Efektywność wymiary, uwarunkowania, wyzwania*. Red. T. Dudycz, G. Osbert-Pociecha. Wydawnictwo Indygo, Łódź 2012, s. 123.

dążenie do zysku za wszelką cenę prowadzi do rezygnacji z biznesu etycznego, do nieprzestrzegania określonych norm w wielu obszarach działalności”⁹.

Ponieważ jedna z definicji mówi, iż „etyka” to pewien „[...] system wartości i norm postępowania, obowiązujący w danej zbiorowości lub w danej epoce”¹⁰, nie można zatem sądzić, iż działanie nieetyczne to działanie nielegalne, lecz pozbawione ogólnie przyjętych norm. Idąc dalej tym tokiem rozumowania, brak unormowania prawnego w kwestii etyki w biznesie nie oznacza, że w związku z tym przedsiębiorstwa nie powinny czuć się zobowiązane do zachowań etycznych. Jak uważa J. Maj „[...] należy dodatkowo zdawać sobie sprawę z tego, że może pojawić się sytuacja, gdy prawo nie zabrania działania nieetycznego lub nawet nakazuje działać w sposób nieetyczny. Biznes powinien w takim przypadku wykazać się własnym «sumieniem» i działać zgodnie z normami etycznymi”¹¹. Przestrzeganie zasad etycznych przez przedsiębiorstwo jest kluczowe dla kreowania pozytywnego wizerunku organizacji. Firma, która wiąże się ze swoich zobowiązań wobec interesariuszy jest godna zaufania, a dzięki temu zyskuje akceptację otoczenia, co może stanowić instrument budowania przewagi konkurencyjnej. Ale organizację tworzą ludzie, w związku z tym trudno się nie zgodzić z poglądem, iż „[...] na wizerunek etyczny przedsiębiorstwa składają się działania instytucjonalne, ale także postępowanie i zachowanie ludzi w nim pracujących. Im więcej ludzi jest zatrudnionych w przedsiębiorstwie, tym łatwiej o dehumanizację stosunków między nimi”¹².

Jak uważa M. Kozera, „[...] ważnym zagadnieniem rozważanym w etyce biznesu jest problem pogodzenie obowiązujących w danym społeczeństwie zasad moralnych z działalnością związaną z realizacją strategicznych zadań przedsiębiorstwa”¹³. Cytowana autorka wskazuje na trzy możliwe stanowiska w tej kwestii:

- cele moralne i ekonomiczne są rozbieżne i nie ma możliwości ich pogodzenia,
- jest możliwe pogodzenie obu celów, co wymaga bezwzględnego, wzajemnego podporządkowania obu celów,
- cele moralne i ekonomiczne się nie wykluczają, można je realizować równoległe¹⁴.

⁹ U. Gołaszewska-Kaczan: *Kodeksy etyczne, jako narzędzie podnoszenia poziomu etycznego firm* W: *Humanizacja w procesach zarządzania*. Red. F. Byłok, T. Kołodziejski. Wydawnictwo Politechniki Częstochowskiej, Częstochowa 2012, s. 223.

¹⁰ *Popularny słownik języka polskiego*. Red. B. Dunaj. Warszawa 2001, s. 133.

¹¹ J. Maj: *Etyka biznesu a magnetyzm chińskiego rynku. Studium przypadków: Levi Strauss, Google, Facebook*. W: *Etyka biznesu, gospodarki i zarządzania*. Red. L. Karczewski. Oficyna Wydawnicza Politechniki Opolskiej, Opole 2013, s. 68.

¹² J. Tomczyk-Tołkacz: *Etyka biznesu*. Akademia Ekonomiczna, Wrocław 1994, s. 78.

¹³ M. Kozera: *Sumienie biznesu, etyczne decyzje gospodarcze*. Wydawnictwo Uniwersytetu Przyrodniczego, Poznań 2012, s. 28.

¹⁴ Ibid.

Wydaje się więc, że określenie w jakiej sytuacji znajduje się przedsiębiorstwo, biorąc pod uwagę powyższe stanowiska, może być początkiem zmian w organizacjach.

2. Dylematy etyczne w działalności szkoleniowej

Często w literaturze dotyczącej nauk o zarządzaniu można spotkać bardzo ogólne opracowania dotyczące określonego zjawiska, które zacierają właściwe postrzegania rzeczywistości poprzez zbyt ogólnikowe potraktowanie tematu. „Ogólnikowe” należy tu rozumieć jako takie, które co prawda poddają analizie określone pojęcie, sytuację, zjawisko, ale brak odniesienia do konkretnej grupy przedsiębiorstw daje do zrozumienia, iż zjawisko występuje w takiej samej formie we wszystkich organizacjach, co zdarza się niezmiernie rzadko, jeśli w ogóle. Zauważa tę kwestię S. Sudol: „[...] należy jednak unikać podejmowania problemów nazbyt ogólnych, których wyniki będą miały trudny do zauważenia związek z realnymi problemami występującymi w organizacji i na skutek wysokiej ogólnikowości nie będą przydatne w procesie doskonalenia w nim rzeczywistości w zakresie zarządzania¹⁵. Nie oznacza to, iż każde z rozważań w obszarze nauk o zarządzaniu powinno być ściśle związane z praktyką, analizy ściśle teoretyczne bowiem wnoszą również istotny wkład do nauki. Jednakże, jeśli istnieje możliwość wskazania praktyce gospodarczej określonych rozwiązań, należy starać się to czynić, aby tym sposobem wpływać na szeroko rozumiany rozwój gospodarki.

Powyższy wstęp, pozornie niezwiązany z tematem rozdziału, ma istotny wpływ na dalsze rozważania. Analizując bowiem dylematy związane z efektywnością i etyką w przedsiębiorstwach szkoleniowych, należy wziąć pod uwagę szczególne uwarunkowania, w jakich te organizacje funkcjonują. W przypadku prowadzenia działalności polegającej na oferowaniu szkoleń, nie mamy rzecz jasna do czynienia z produkcją. Klient zatem nie ocenia walorów namacalnego produktu, który posiada takie elementy, jak opakowanie, smak, zapach czy też np. oczekiwany skład. W przypadku usługi szkoleniowej efektem jest zdobycie określonej wiedzy czy też umiejętności praktycznych. W działalności szkoleniowej mamy również do czynienia z dwoma sytuacjami:

- szkolenie nie jest unormowane prawnie, chodzi tutaj o szkolenia dobrowolne, gdzie klient korzysta z usługi, aby podnieść swoje umiejętności, zdobyć nową wiedzę, natomiast przepisy prawa nie zobowiązują go do posiadania określonych umiejętności (np. szkolenie z obsługi klienta, szkolenia produktowe),

¹⁵ Ibid. <http://www.e-mentor.edu.pl/artukul/index/numer/37/id/784> (25.08.2013), s. 36.

- szkolenie jest unormowane prawnie, chodzi tutaj głównie o szkolenia dotyczące uzyskania określonych uprawnień związanych z wykonywaniem zawodu (kursy na: instruktora nauki jazdy, operatora wózków widłowych, tak-sówkarza, kurs przygotowujący do egzaminu na prawo jazdy).

Realizując usługę szkoleniową, przedsiębiorstwo przyjmuje:

- „ [...] odpowiedzialność za otoczenie, w którym firma funkcjonuje,
- odpowiedzialność za przekazywaną wiedzę, umiejętności, postawy,
- odpowiedzialność za wykształcenie określonego stopnia świadomości związanego z wyuczonymi nawykami”¹⁶.

Wyjątkowa misja przedsiębiorstw zajmujących się prowadzeniem szkoleń, a więc nauczaniem jest związana z faktem, iż nauczanie definiowane jest jako działanie, które powoduje trwałe zmiany w zachowaniu. Tego typu ingerencja wymaga więc od przedsiębiorstw szkoleniowych szczególnego stosowania zasad i norm moralnych swojej działalności. Powyższe rozważania prowadzą zatem do następujących wniosków:

1. Ze względu na fakt, iż funkcjonujące przedsiębiorstwa cechuje ogromne zróżnicowanie pod względem branż, zakresu działania, wielkości zatrudnienia czy wreszcie wartości, jakimi się kierują, istotne wydaje się, aby w rozważaniach dotyczących efektywności i etyki sprecyzować charakterystyczne elementy organizacji w celu dostosowania do jej specyfiki funkcjonowania zalecanych rozwiązań.

2. Niewątpliwie w każdej organizacji istnieje konieczność identyfikacji głównych celów, których stopień realizacji powinien stanowić punkt wyjścia do badania efektywności przedsiębiorstwa, jako całości.

3. W każdej organizacji istnieje również konieczność identyfikacji unikatowych zasobów, które determinują jej efektywność.

4. Przedsiębiorstwa, których przedmiotem działalności jest prowadzenie szkoleń, nauczanie, poprzez swoją działalność powodują trwałe zmiany w zachowaniu odbiorców usługi (klientów).

5. Nauczanie, które jest głównym elementem przedsiębiorstw zajmujących się szkoleniem, nie może być nakierowane tylko i wyłącznie na efektywność organizacji, gdyż, powodując trwałe zmiany, mogłoby prowadzić do zainicjowania negatywnych elementów, które utrwalane, doprowadziłyby do stosowania ich jako normy.

¹⁶ B. Bubiak: *Spoleczna odpowiedzialność biznesu w mikroprzedsiębiorstwach na przykładzie branży ośrodków szkolenia kierowców*. W: *Zarządzanie XXXIX*. Red. M. Zastempowski. UMK, Toruń 2012, s. 50.

6. W działalności szkoleniowej istotne jest, aby dokonać analizy zaproponowanej przez M. Kozere¹⁷. Punkt pierwszy traktujący o niemożliwości pogodzenia etyki z celami przedsiębiorstwa nie będzie miał tu zastosowania, zatem należy ustalić, czy można realizować cele etyczne i ekonomiczne podporządkowując je sobie wzajemnie czy też równolegle.

7. Ze względu na osobisty kontakt na linii przedsiębiorca (lub jego przedstawiciel) – klient, w przedsiębiorstwach szkoleniowych istnieje możliwość precyzyjnego ustalenia wzajemnych oczekiwań i kontrolowania procesu nauczania na każdym jego etapie pod względem osiągniętego poziomu efektywności i stopnia „zaangażowania” zasad etycznych koniecznych dla osiągnięcia zamierzonego efektu.

Podsumowanie

Zauważyć należy, iż istotne jest, aby identyfikować obszary, na których istnieje możliwość wzajemnego przenikania się etyki i efektywności. Należy analizować na bieżąco powstające w organizacjach dylematy z tym związane, budować świadomość istnienia i stosowania norm etycznych w przedsiębiorstwie wśród wszystkich interesariuszy. Przedsiębiorstwa zajmujące się szkoleniami powinny mieć ukształtowany pogląd na temat misji, odpowiedzialności moralnej, jaką posiadają ze względu na cel swojej działalności. Misja i wartości firmy, identyfikacja oczekiwań klientów, respektowanie podstawowych zasad etycznych mogą, zwłaszcza w branży szkoleniowej, nie tylko wprowadzić nowy styl zarządzania, poprzez połączenie strategicznych celów organizacji z zasadami etycznymi, ale będą stanowić też bardzo mocny instrument budowania przewagi konkurencyjnej. Istotne jest zatem praktyczne wdrożenie wymienionych wcześniej zaleceń i ocena skuteczności ich zastosowania, za pomocą indywidualnie dobranych metod pomiaru.

Bibliografia

Dudycz T., Osbert-Pociecha G., Brycz B.: *Efektywność, rozważania nad istotą i pomiarem*. UE, Wrocław 2012.

Efektywność wymiary, uwarunkowania, wyzwania. Red. T. Dudycz, G. Osbert-Pociecha. Wydawnictwo Indygo, Łódź, 2012.

¹⁷ Możliwość pogodzenia etyki i celów strategicznych zaproponowana przez M. Kozere została opisana w części „Etyka biznesu” niniejszego artykułu.

- Etyka a jakość i efektywność organizacji.* Red. E. Skrzypek. UMCS, Lublin 2010.
- Etyka biznesu, gospodarki i zarządzania.* Red. L. Karczewski. Oficyna Wydawnicza Politechniki Opolskiej, Opole 2013.
- Etyczne fundamenty gospodarowania.* Red. A. Węgrzecki. Kraków 1999.
- Etyka w biznesie.* Red. M. Borkowska, J.W. Gałkowski. KUL, Lublin 2002.
- Humanizacja w procesach zarządzania.* Red. F. Bylok, T. Kołodziejski. Wydawnictwo Politechniki Częstochowskiej, Częstochowa 2012.
- Kozera M.: *Sumienie biznesu, etyczne decyzje gospodarcze.* Wydawnictwo Uniwersytetu Przyrodniczego, Poznań 2012.
- Mentor. <http://www.e-mentor.edu.pl/artukul/index/numer/37/id/784>.
- Ocena efektywności funkcjonowania organizacji gospodarczych.* Red. J. Telep. Wyższa Szkoła Ekonomiczna, Warszawa 2003.
- Popularny słownik języka polskiego.* Red. B. Dunaj. Warszawa 2001.
- Skrzypek E.: *Jakość i efektywność.* UMCS, Lublin 2000.
- Spruck W.: *Problem oceny efektywności gospodarczej przedsiębiorstw w działalności kredytowej banku.* „Bank i Kredyt” 1984, nr10-11.
- Tomczyk-Tolkacz J.: *Etyka biznesu.* Akademia Ekonomiczna, Wrocław 1994.
- Zarządzanie finansami. Mierzenie i ocena wyników przedsiębiorstw.* Red. D. Zarzecki. Szczecin 2008.
- Zarządzanie XXXIX.* Red. M. Zastempowski. UMK, Toruń 2012.

THE EFFECTIVENESS AND ETHICS IN THE TRAINING ACTIVITY

Summary

Increasing competition and the difficult conditions of the market mean that businesses are looking for ways to operate more efficiently. At the same time, it is expected that organizations seeking to achieve its economic objectives also apply ethical principles and standards. Especially one that involves training activities should be aware of the particular social and ethical responsibilities. In this article, the author attempts to show that the company effective can and should act in accordance with ethical principles.