



Ministerstwo
Edukacji i Nauki



NAUKA DLA
SPOŁECZEŃSTWA

Przedmiot: Biznes i Zarządzanie

Treści nauczania: Etyczny przedsiębiorca – czy zysk to wszystko?

Autor: mgr Urszula Anisiewicz

Studium przypadku

"Etyczny przedsiębiorca – czy zysk
to wszystko?"

Dylematy etyczne w działalności
gospodarczej"

Józefów, 2025

Projekt „Biznes dla nastolatków” dofinansowany ze środków budżetu państwa przyznanych przez
Ministra Edukacji i Nauki w ramach programu „Nauka dla Społeczeństwa II”



ZAWARTOŚĆ STUDIUM PRZYPADKU

1. Instrukcja
2. Cel case study
3. Plan realizacji case study
4. Treść case study
5. Formularz dla nauczyciela



INSTRUKCJA:

TEMAT	Etyczny przedsiębiorca-czy zysk to wszystko? Dylematy etyczne w działalności gospodarczej
ODNIESIENIE DO TREŚCI PROGRAMOWYCH	Cele kształcenia (Biznes i zarządzanie -wymagania ogólne Dz.U. 2023, poz.314 VI. Przedsiębiorstwo: zarządzanie przedsiębiorstwem, własny biznes i jego otoczenie, finanse przedsiębiorstwa, etyka w biznesie, społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw
OMÓWIENIE TREŚCI	W szóstej części: przedsiębiorstwo, m.in. uczeń nabywa umiejętności rozróżniania zachowań etycznych i nieetycznych w biznesie, w tym przejawy korupcji w życiu gospodarczym oraz rozumie istotę i cele społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw.
CZAS REALIZACJI	90 MINUT (2x 45 minut)



CEL CASE STUDY

Zrozumienie pojęcia etyki w biznesie, rozpoznawanie działań etycznych i nieetycznych. Pokazanie znaczenia odpowiedzialności przedsiębiorcy za decyzje.

OPIS PRZEBIEGU

Uczniowie w mniejszych grupach badawczych wraz z bohaterem case study – Kamil – właściciel firmy FreshBox - poznają realia rynku spożywczego w Polsce. Poznają dylematy etyczne związane z prowadzoną firmą pana Kamila (Czy firma powinna: A) używać tanich plastikowych opakowań B) przejść na ekologiczne, ale droższe?; Czy maksymalizacja zysku zawsze jest najważniejsza? Etyczna reklama)

METODY PRACY

1. case study
2. dyskusja
3. burza mózgów
4. odgrywanie ról

WIEDZA I UMIEJĘTNOŚCI

1. Dostrzeganie znaczenia uczciwości w biznesie i wpływu biznesu na społeczeństwo i środowisko.
2. Nabycie umiejętności rozpoznawania działania etycznego i nieetycznego .
3. Nauka praktycznej wiedzy jak rozwiązać niektóre problemy młodego przedsiębiorcy
4. Zna pojęcia: transparentność, odpowiedzialność, uczciwa konkurencja.

WYMAGANIA

1. Tablica do zapisywania pomysłów uczniów oraz najważniejszych wniosków z zajęć.
2. Wydrukowany w formacie A4 jeden egzemplarz case study.
3. Aranżacja sali lekcyjnej w taki sposób, aby uczniowie mogli usiąść w oddzielonych od siebie grupach kilkusobowych osobowych.



REALIZACJA CASE STUDY

1. Zapoznanie się przez uczniów z sytuacją przedstawioną w case study poprzez dokładne przeczytanie tekstu i refleksję dotyczącą problemu wyboru formy zatrudniania.
2. Analiza przedstawionych sytuacji, z którymi mierzy się właściciel FreshBox.
3. Praca w grupach- analiza konkretnej sytuacji; szukanie za i przeciw; propozycja rozwiązania. Każda grupa analizuje: Czy działanie Kamila jest: etyczne? / nieetyczne? / zgodne z zasadą przejrzystości? / zgodne z odpowiedzialnością wobec klientów/pracowników/społeczeństwa?
zgodne z odpowiedzialnością wobec klientów/pracowników/społeczeństwa?
Każda grupa odpowiada: Co powinien zrobić etyczny przedsiębiorca?
Uczniowie muszą uzasadnić odpowiedź.
4. Dyskusja oraz analiza poszczególnych sytuacji na forum grupy. Czy maksymalizacja zysku zawsze jest najważniejsza?
5. Podsumowanie czy etyka się opłaca? Wnioski końcowe: etyka buduje zaufanie, zaufanie buduje stabilny biznes, nieetyczne działania niszczą firmę .



TREŚĆ CASE STUDY

Firma „FreshBox”

Kamil, 27-letni przedsiębiorca, założył firmę FreshBox, która sprzedaje zdrowe zestawy śniadaniowe dla uczniów i pracowników biur. Jego firma szybko zdobyła popularność. Po roku działalności pojawiły się jednak problemy:

Sytuacja 1 – Umowa z klientami

FreshBox reklamuje swoje zestawy jako „100% świeże każdego dnia”. W rzeczywistości: część produktów (np. pieczywo i dodatki) jest przygotowywana dzień wcześniej, informacja ta znajduje się tylko w regulaminie na stronie internetowej. Klienci nie zawsze są tego świadomi.

Sytuacja 2 – Konkurencja

Nowa firma konkurencyjna pojawiła się na rynku. Pracownik marketingu proponuje: „Możemy anonimowo napisać w internecie, że ich produkty są nieświeże”.

Sytuacja 3 – Pracownicy

Aby obniżyć koszty: Kamil zatrudnia część pracowników „na czarno”, tłumaczy to tym, że firma jest jeszcze młoda.

Sytuacja 4 – Środowisko

Firma używa tanich plastikowych opakowań. Ekologiczna alternatywa istnieje, ale: podniosłaby cenę zestawu o 2 zł.

Sytuacja 5 – Reklamacje

Kilku klientów zgłosiło zepsute produkty. Kamil rozważa: ignorowanie skarg (bo „to tylko kilka przypadków”), albo stworzenie systemu reklamacji.



INFORMACJE WSTĘPNE

Dzisiejsze case study pozwoli Wam się przygotować do podejmowania odpowiedzialnych decyzji w biznesie. Zmierzymy się z wyzwaniami, z którymi mierzy się każdy przedsiębiorca.

Bohaterem case study jest pan Kamil – młody przedsiębiorca, który prowadzi firmę FreshBox zajmującą się sprzedażą zestawów śniadaniowych. Co robi etyczny przedsiębiorca? Nie wprowadza w błąd, nie oczernia konkurencji, dba o pracowników, bierze odpowiedzialność, myśli o środowisku.



ZADANIA NAUCZYCIELA/MODERATORA LEKCJI:

1. Wprowadzenie do studium przypadku i jego celów.
2. Wyznaczenie uczniom czasu na zapoznanie się z częścią pierwszą studium przypadku.
3. Odpowiedzi na pytania uczniów i wątpliwości związane z rozumieniem poleceń sformułowanych w ramach studium przypadku.
4. Bieżące wspieranie i kontrolowanie pracy uczniów i wskazywania kierunków szukania rozwiązania oraz możliwych źródeł informacji.
5. Moderowanie przedstawiania rozwiązań i dyskusji wokół postawionych w studium przypadku pytań.

SCENARIUSZ REALIZACJI LEKCJI:

Realizacja studium przypadku przewidziana jest na dwie godziny lekcyjne (2 x 45 min)

1. Mini wykład /wyjaśnienie: czym jest etyka, czym jest etyka w biznesie i dlaczego jest ważna. Kluczowa myśl: bez zaufania nie ma biznesu. (15 minut)
2. Podział uczniów klasy na kilkuosobowe zespoły. Organizacja przestrzeni do pracy, rozdanie materiałów uczestnikom - 1 część studium przypadku (5 minut)
3. Zapoznanie uczniów z historią pana Kamila i odpowiedź na ewentualne pytania (10 minut)
4. Czas uczniów na zapoznanie się z treścią studium przypadku i ewentualne pytania (5 min)
5. Dyskusja w zespołach nad poszczególnymi sytuacjami, Omówienie pytań oraz narzędzi niezbędnych do wykonania zadania dotyczącego oszczędzania i inwestowania. (10 minut)
6. Praca i dyskusja w zespołach. Przygotowanie prezentacji (15 minut)
7. Prezentacja wyników wybranych zespołów (20 minut)
8. Podsumowanie (10 minut)



KARTA NAUCZYCIELA:

Mini wykład:

Etyka w biznesie to zbiór zasad określających, co jest właściwym, a co niewłaściwym działaniem w działalności gospodarczej. Nie dotyczy ona tylko przestrzegania prawa, ale także uczciwości wobec klientów, pracowników i partnerów. Podstawą etycznego działania jest dobrowolność i przejrzystość zawieranych umów. Oznacza to, że każda ze stron powinna dokładnie wiedzieć, na co się zgadza. Działania oparte na manipulacji lub ukrywaniu informacji naruszają zaufanie, które jest fundamentem rynku. Etyczny przedsiębiorca bierze odpowiedzialność za skutki swoich decyzji. Nie koncentruje się wyłącznie na maksymalizacji zysku, ale uwzględnia także wpływ firmy na społeczeństwo i środowisko. Ważnym elementem etyki jest również uczciwa konkurencja oraz szacunek wobec pracowników. Brak etyki prowadzi do utraty zaufania i destabilizacji gospodarki. Dlatego długofalowy sukces biznesowy opiera się nie tylko na efektywności, ale także na moralnych zasadach działania.

Case study:

Sytuacja 1 – „100% świeże”

Ocena: nieetyczne

Dlaczego?

Klient nie otrzymuje pełnej informacji o produkcie.

Informacja ukryta w regulaminie narusza zasadę transparentności.

Narusza ducha dobrowolnej i świadomej umowy.

Kto traci?

Klienci

reputacja firmy

Etyczna decyzja:

1. jasna informacja o sposobie przygotowania produktów
2. zmiana komunikatu reklamowego

Sytuacja 2 – Oczernianie konkurencji

Ocena: nieetyczne

Dlaczego?

Narusza zasady uczciwej konkurencji

Opiera się na manipulacji i dezinformacji

Kto traci?

konkurencja

rynek

zaufanie klientów

Etyczna decyzja:

1. konkurowanie jakością, a nie pomówieniami

Projekt „Biznes dla nastolatków” dofinansowany ze środków budżetu państwa przyznanych przez Ministra Edukacji i Nauki w ramach programu „Nauka dla Społeczeństwa II”



Sytuacja 3 – Zatrudnianie „na czarno”

Ocena: nieetyczne

Dlaczego?

Narusza prawo i odpowiedzialność społeczną

Pozbawia pracowników bezpieczeństwa

Kto traci?

pracownicy

system społeczny

wizerunek firmy

Etyczna decyzja:

1. legalne zatrudnienie
2. uczciwe warunki pracy

Sytuacja 4 – Plastik vs ekologia

Ocena: dylemat etyczny

Dlaczego?

Tańsze opakowania zwiększają dostępność produktu

ale szkodzą środowisku

Kto traci?

środowisko

społeczność lokalna

Etyczna decyzja:

1. stopniowe przejście na ekologiczne rozwiązania
2. transparentna komunikacja

Sytuacja 5 – Reklamacje

Ignorowanie – nieetyczne

Wprowadzenie systemu reklamacji – etyczne

Dlaczego?

Odpowiedzialność za produkt to fundament etyki biznesu

Kto traci przy ignorowaniu?

klienci

zaufanie do marki

Etyczna decyzja:

1. system reklamacji
2. naprawa lub zwrot



Wnioski podsumowujące lekcję:

1. zysk \neq wszystko
2. decyzje biznesowe mają konsekwencje społeczne
3. etyka jest fundamentem trwałego biznesu