

Andrzej Tomaszek

Dobre obyczaje w działalności gospodarczej

Palestra 41/9-10(477-478), 5-11

1997

Artykuł został zdigitalizowany i opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

Andrzej Tomaszek

Dobre obyczaje w działalności gospodarczej

I. Zgodnie z art. 3 ust. 1 ustawy z 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (UZNK) czynem nieuczciwej konkurencji jest działanie sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami, jeżeli zagraża lub narusza interes innego przedsiębiorcy lub klienta. Mając na uwadze bujny rozwój rodzimego obrotu gospodarczego i upływ prawie czterech lat od wejścia w życie wymienionej wyżej ustawy warto skonstatować, iż choć jest to jedyny akt prawny współczesnego ustawodawcy odwołujący się do pojęcia dobrych obyczajów, termin ten ma obecnie istotne znaczenie dla oceny zachowań w działalności gospodarczej i wymaga wnikliwej uwagi doktryny i orzecznictwa¹.

Jak wskazano w piśmiennictwie, czynny nieuczciwej konkurencji można podzielić na nazwane, tj. zakazane przez art. 3 ust. 2 w związku z art. 5–17 UZNK i nienazwane, tj. te, do których odnosi się dyspozycja art. 3 ust. 1 UZNK². Klauzula generalna zawarta w art. 3 ust. 1 spełnia ważną w praktyce rolę korygującą i uzupełniającą, gdyż na podstawie tego przepisu orzecznictwo określa czyny nieuczciwej konkurencji, które uzupełniają listę z art. 3 ust. 2 i w konsekwencji każdy czyn sprzeczny z prawem lub dobrymi obyczajami, o ile zagraża lub narusza interes innego przed-

siębiorcy, może być zakwalifikowany jako delikt nieuczciwej konkurencji³. Jak zauważył M. Kępiński, klauzula ta, po pierwsze może służyć wypełnieniu luk istniejących w przepisach dotyczących deliktów szczególnych nieuczciwej konkurencji, po drugie korekcie hipotez szczegółowych deliktów, gdy są one zarysowane zbyt szeroko i – po trzecie – „obezwładnieniu roszczeń opartych na szczegółowym stanie faktycznym, wówczas gdy roszczenia te godziłyby w «zasady ogólne» wyrażone w art. 3”⁴.

Dobrych obyczajów, jako jednego z podstawowych kryteriów oceny działań uczestników obrotu gospodarczego, nie sposób przecenić. Terminem tym posłużył się ustawodawca również w art. 16 ust. 1 pkt 1 UZNK zawierającym tzw. małą klauzulę generalną w odniesieniu do czynów nieuczciwej konkurencji w zakresie reklamy (*«czynem nieuczciwej konkurencji w zakresie reklamy jest w szczególności reklama sprzeczna z przepisami prawa, dobrymi obyczajami lub uchybiająca godności człowieka...»*), co skłoniło R. Skubisza do stwierdzenia, iż w trosce o racjonalną wykładnię przepisów termin „dobre obyczaje” wg tego artykułu należy rozumieć odmiennie (wężiej) niż w wypadku art. 3 UZNK. Tylko taka interpretacja pozwala – jego zdaniem – logicznie uzasadnić, dlaczego

w powołanym art. 16 ust. 1 pkt 1 zakazuje się dodatkowo reklamy uchybiającej godności człowieka, zaś w art. 16 ust. 1 pkt 2–6 zabrania się innych form nieuczciwej reklamy, które i tak są zakazane normą ogólną art. 3 ust. 1 UZNK, jako sprzeczne z dobrymi obyczajami⁵. Odmienne stanowisko zajął T.M. Knypl, którego zdaniem treść dobrych obyczajów w całej ustawie jest jednakowa, gdyż należy przyjąć założenie, że ustawodawca działa racjonalnie i używa tego samego terminu w takim samym znaczeniu, jeżeli wyraźnie nie mówi nic innego⁶. Niezależnie od stopnia wiary w racjonalizm ustawodawcy zgodzić się raczej wypada z drugim poglądem, gdyż ustawodawca istotnie nie wskazał *expressis verbis*, że ten sam termin w tej samej ustawie należy interpretować w różny sposób.

W praktyce, z uwagi na potrzebę poszukiwania argumentów również w powojennym orzecznictwie, znaczenia nabiera zagadnienie relacji pomiędzy terminem „dobre obyczaje” i terminem „zasady współżycia społecznego”, utrzymanym w kodeksie cywilnym (w szczególności art. 5, 58, 65, ale także art. 140 i 354) i kodeksie pracy (art. 8) i obrosłym w ciągu ostatnich kilkunastu lat obszernym orzecznictwem.

Według M. Kępińskiego komisja redakcyjna, pracująca na początku lat dziewięćdziesiątych nad projektem nowej ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, po długich wahaniach zdecydowała się na wprowadzenie za ustawodawcą przedwojennym „dobrych obyczajów”, gdyż „użycie w tym kontekście terminu «zasady współżycia społecznego», byłoby zbyt ryzykowne dla dalszych losów ustawy”, a ewentualne

odejście od tej klauzuli w kodeksie cywilnym postawiłoby funkcjonowanie UZNK pod znakiem zapytania⁷. Rozwiązanie takie znalazło uznanie u S. Rudnickiego, którego zdaniem ustawa trafnie używa pojęcia dobrych obyczajów, „które posiada w naszej tradycji prawnej i w naszym systemie kulturowym opartym na chrześcijańskim systemie wartości zrozumiałą treść, w przeciwieństwie do wieloznacznego pojęcia «zasad współżycia społecznego», budzącego od samego początku poważne wątpliwości znaczeniowe, zaczerpniętego ze słownika określonej ideologii”⁸. Przeciwnie stanowisko zajął natomiast T.M. Knypl stwierdzając, iż „w trosce o jednolitość pojęć oraz wykorzystanie bogatego orzecznictwa” ustawodawca powinien i tu odwoływać się do zasad współżycia społecznego, które należy uważać za nadrzędne wobec dobrych obyczajów⁹, zaś współautor UZNK – J. Szwaja stwierdził, że współczesny ustawodawca „może niezbyt szczęśliwie” zdecydował się na rozwiązanie z użyciem terminu „dobre obyczaje” zamiast projektowanego zobowiązania do działania w zakresie przedsiębiorstwa „w sposób uczciwy”¹⁰. O ile bowiem w dawnej ustawie o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji z 2 sierpnia 1926 r. w odniesieniu do uczestników obrotu gospodarczego (kupców) postawiono znak równości pomiędzy dobrymi obyczajami i uczciwością (vide art. 3 dawnej UZNK), to obecnie tego nie uczyniono.

Według M. Kępińskiego dobre obyczaje to normy moralne i zwyczajowe stosowane w działalności gospodarczej i należy je rozumieć podobnie do zasad współżycia społecznego, choć mogą się odnosić do innych stosunków społecz-

nych niż „typowe zasady współżycia społecznego na tle kodeksu cywilnego”. Autor ten wskazał konsekwentnie, iż dobre obyczaje kupieckie mogą różnić się od dobrych obyczajów sąsiedzkich czy rodzinnych i za przedwojennymi komentatorami stwierdził, że decydującą rolę przy formułowaniu dobrych obyczajów odgrywać będzie orzecznictwo sądowe, o tym zaś czy dane działanie jest sprzeczne z dobrymi obyczajami, decyduje całokształt okoliczności, a zwłaszcza „cel, użyte środki i konsekwencje przedsięwziętych działań”¹¹.

Jak zauważył T.M. Knypl „zasady współżycia społecznego odwołują się do zasad właściwych społeczeństwu, podczas kiedy dobre obyczaje można raczej odnieść do postępowania jednostki w określonej dziedzinie np. działalności gospodarczej”. Jego zdaniem każda dziedzina działalności wykształca własne dobre obyczaje i inna jest ich treść np. w środowisku handlowców niż w środowisku producentów¹². Według C. Kosikowskiego „dobre obyczaje wśród przedsiębiorców wynikają ze zwyczajów obowiązujących moralnie w tym środowisku”¹³.

Zdaniem J. Szwaji „dobre obyczaje”, nie będąc normami prawnymi, są normami postępowania, podobnie jak zasady współżycia społecznego i ustalone zwyczaje, zaś ich treść oraz podmiotowy i przedmiotowy zakres powinnyści ich przestrzegania wymaga dookreślenia i konkretyzacji w orzecznictwie, piśmiennictwie i regulacjach samorządu gospodarczego tudzież organizacji przedsiębiorców i konsumentów. Przy dokonywaniu oceny, czy dany obyczaj jest dobry zaproponował on odejście od stanowiska przedwojennego polskiego

piśmiennictwa wskazującego na kryteria etyczno-moralne i kierowanie się zgodnie z dorobkiem współczesnego zagranicznego orzecznictwa i piśmiennictwa kryterium ekonomiczno-funkcjonalnym. Powołując się na piśmiennictwo niemieckie, szwajcarskie i austriackie wskazał, że nie chodzi o przestrzeganie dobrych obyczajów „w ogóle”, ale o zachowanie przedsiębiorców w działalności gospodarczej, a zatem kryterium powinny stanowić nie poglądy uczciwego przeciętnego człowieka, ale „oceny zorientowane na zapewnienie niezakłóconego funkcjonowania konkurencji, poprzez rzetelne i niezafałszowane współzawodnictwo jakością, ceną, i innymi pożądanymi przez klientów, cechami oferowanych towarów i usług”. Konkurencja powinna być przejrzysta, kryteria oceny zachowań w obrocie powinny być racjonalne i czytelne, zaś przyjęte w nowej UZNK, jak też w ustawie o przeciwdziałaniu praktykom monopolistycznym rozwiązania „dają podstawę do przyjęcia kryterium ekonomiczno-funkcjonalnego dobrych obyczajów”¹⁴.

II. Ustawodawca nie posługuje się obecnie terminem „dobre obyczaje” w spójny, ani konsekwentny sposób, a współczesne piśmiennictwo poza wyraźnym i zgodnym wskazywaniem na doniosłą rolę orzecznictwa w tym zakresie, nie dodało wiele do dorobku przedwojennej doktryny. Mając nadzieję na klarowne stanowisko orzecznictwa w kwestii relacji pomiędzy dobrymi obyczajami i zasadami współżycia społecznego należy postulować *de lege ferenda* ujednoczenie terminologii w tej kwestii przez ustawodawcę.

W aktualnym stanie rzeczy postulat mechanicznego sięgania przy ocenie

zgodności działalności konkurencyjnej z dobrymi obyczajami do niezbyt czytelnego dla polskiej praktyki kryterium ekonomiczno-funkcjonalnego może budzić nieufność. Nie negując faktu, iż kryterium to stanowi dorobek doktryny i orzecznictwa niektórych europejskich krajów o rozwiniętej gospodarce rynkowej, podnieść należy, iż w państwach tych – w przeciwieństwie do Polski – wolny rynek wraz z odpowiednimi mechanizmami ekonomicznymi istnieje nieprzerwanie od wielu lat, struktura społeczna uczestników gry rynkowej jest stabilna, a normy zachowań na rynku wydają się czytelne, powszechnie znane i akceptowane. W Polsce, gdzie zdecydowana większość przedsiębiorców to „kapitałści w pierwszym pokoleniu”, którzy nie pobierali nauk ani w zakresie ekonomii czy zarządzania, ani etyki biznesu, a organizacje gospodarcze – głównie zresztą o fasadowym charakterze – spełniają raczej rolę lobby i komunikatora z władzą państwową niż oddziaływają na swych członków, pożądane – przy ocenie kształtujących się wszak dopiero obyczajów – wydaje się wskazywanie na tradycyjne kryteria etyczno-moralne, a nie na wyrafinowane i trudniej zrozumiałe kryterium ekonomiczno-funkcjonalne. W polskich realiach trudno podzielić także stanowisko, iż dobre obyczaje są różne w różnych dziedzinach działalności. We wszystkich sferach aktywności zarobkowej można wszak odnaleźć taki sam kanon zachowań uznanych za pożądane, uczciwe i rzetelne, przy którym katalog zachowań szczególnych, stymulowanych specyfiką działalności, wydaje się już tylko niesprzecznym uzupełnieniem. Dobre obyczaje w środowisku piekarzy czy

szewców nie muszą się zatem zasadniczo różnić od dobrych obyczajów maklerów giełdowych czy bankierów, choć profesjonalizm tych drugich jest znacznie bardziej wyrafinowany.

Dla stwierdzenia, czy dane działanie narusza dobre obyczaje, nie jest niezbędne ich definiowanie. Istotę zagadnienia najtrafniej chyba ujęli autorzy komentarza do przedwojennej ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, pisząc piękną polszczyzną, co następuje:

„Znamion dobrych obyczajów abstrakcyjnie oznaczyć nie można. O wyrokowaniu przeciwko dobrym obyczajom w przypadkach konkretnych sędzia orzekać będzie na podstawie swego uznania, kierując się przy tym poczuciem godziwości ogółu ludzi, myślących sprawiedliwie i słusznie, względnie, jeżeli idzie o czynności właściwe tylko pewnym kołom zarobkowym, sędzia kierować się będzie poczuciem godziwości, panującym w tychże kołach u ogółu ludzi, myślących sprawiedliwie i słusznie”¹⁵.

Z międzywojennego piśmiennictwa warto także zacytować również E. Dąbrowskiego, który za Herbertem Spencerelem stwierdził:

„W razie wątpliwości, powstających przy kwalifikowaniu czynu konkurencyjnego musimy przyjąć jako miernik pojęcie dobrych obyczajów w stosunkach handlowych, oparte na powszechnie ustalonej podstawie etycznej. Zwracamy przy tem uwagę, że naszym zdaniem tzw. etyka kupiecka niczym się nie powinna różnić od etyki każdego innego człowieka i każdego innego zawodu. Oszustwo będzie zawsze czynem nieetycznym bez względu na to, czy dopuści się go

lekarz – pod postacią niesumiennej porady, czy adwokat, przez wyzyskanie nieświadomości klienta, czy kupiec przez fałszywą wagę towaru. Kupiec nie może się zasłaniać zwyczajami handlowymi, jak to się nieraz zdarza; żaden zwyczaj handlowy nie może sankcjonować postępów nieetycznych, a jeżeli je sankcjonuje, to należy go zwalczać, nie powinien nikogo obowiązywać”¹⁶.

Zdaniem autorów komentarza do ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji z 1926 r., którzy sprzeczność z dobrymi obyczajami uważali za to samo, co sprzeczność z uczciwością kupiecką, „...aby dany czyn sklasyfikować jako przeciwny dobrym obyczajom, trzeba rozpatrzyć nie tylko samą działalność, ale także jej cel, użyte środki i skutek (o ile działający mógł ten skutek przewidzieć) i dopiero całość wszystkich tych elementów może rozstrzygnąć o charakterze przeciwnym dobrym obyczajom”¹⁷.

Z. Fenichel, który ponad sześćdziesiąt lat temu dokonał wnikliwego przeglądu doktryny prawa i przeanalizował posługiwanie się klauzulą „dobrych obyczajów” we współczesnym mu ustawodawstwie od kodeksu zobowiązań po prawo pracy zauważył, że ocena dobrych obyczajów nie może być oderwana od pierwiastka etycznego oraz podkreślał znaczenie głośnego i dziś *nota bene* powoływanego orzeczenia Sądu Rzeszy Niemieckiej z 11 kwietnia 1904 r. wskazujące, że sędzia powinien kryteria dla tego pojęcia „czepać z poglądów i uczuć przyzwoitości wszystkich sprawiedliwie i słusznie myślących”¹⁸. Podsumowując swoje rozważania stwierdził on m.in. iż dobrych obyczajów nie można identyfikować ani wyłącznie z moralnością, ani wyłącznie

z obyczajami, gdyż treść zależy od konkretnego przypadku, a kryterium dla tego pojęcia należy poszukiwać „czasem w myśleniu pewnego zawodu lub stanu (np. uczciwość kupiecka), czasem zaś w myśleniu «wszystkich sprawiedliwie myślących»” w zależności od konkretnego stanu faktycznego¹⁹. Można odnieść wrażenie, że we współczesnym piśmiennictwie sprzyjają temu stanowisku J. Bartha i R. Markiewicz, gdyż wskazali oni na potrzebę odwołania się – przy ocenie dobrych obyczajów – do „poczucia przyzwoitości” występującego w danym środowisku i do norm deontologicznych²⁰.

III. Poszukując sposobów poprawienia zarówno czytelności terminu „dobre obyczaje”, jak i stopnia przywiązywania do niego wagi przez rodzimych przedsiębiorców wydaje się, iż w krótkim czasie raczej nie jest zasadne przecenianie roli orzecznictwa sądowego (postępowania przed przeciążonymi sądami gospodarczymi trwają długo, a uzasadnienia orzeczeń rzadko zawierają odpowiedzi na pytania problemowe) i regulacji organizacji przedsiębiorców. Warto jednakże odnotować, że w 1994 roku Krajowa Izba Gospodarcza przyjęła na zasadzie art. 3 ustawy z 30 maja 1989 r. o izbach gospodarczych „Kodeks etyki w działalności gospodarczej” zalecając swoim członkom jego upowszechnianie i zapewnienie przestrzegania. Zgodnie z § 1 tego Kodeksu podmiot gospodarczy „powinien przestrzegać prawa, działać zgodnie z zasadami współżycia społecznego i dobrymi obyczajami oraz respektować zasady etyki w działalności gospodarczej”, nie powinien on również podejmować i prowadzić działalności gospodarczej, dokonywać czynności oraz działań, które m.in. godzą w dobre

obyczaje (§ 3 ust. 2). Chociaż dowodzące sceptycyzmu dyskutantów materiały z konferencji poświęconej przyjęciu tego kodeksu, tudzież doświadczenia ostatnich lat, nie skłaniają do optymizmu, zainteresowanie KIG także etyczną stroną rodzimego biznesu zasługuje na uznanie²¹. Próby dobrowolnego przyjęcia reguł należytego postępowania podjęły też, oprócz profesji wykonywanych z krótką lub dłuższą tradycją w sposób wolny (radcowie prawni, rzecznicy patentowi, maklerzy giełdowi), niektóre środowiska przedsiębiorców działających w dziedzinach wymagających specyficznych walorów intelektualnych. I tak np. stowarzyszenie Polska Rada Reklamy przyjęło Polski Kodeks Reklamy, a Polskie Stowarzyszenie Public Relations uchwaliło Kodeks Etyki. Pomimo, że regulacje te mają wyłącznie walor dobrowolnego zobowiązania swoich członków, trzeba zgodzić się z ich inicjatorami, że jest to sposób kształtowania dobrych obyczajów zawodowych²².

Tak długo jednak, jak w świadomości zarówno poszczególnych przedsiębiorców, jak i ich zbiorowości nie nabierze należytego znaczenia imperatyw liczenia z opinią środowiska oraz swoiste „poczucie przyzwoitości” społeczności, w której funkcjonują, dobre obyczaje

pozostawać będą tylko nieprecyzyjnym ustawowym zapisem. Niewątpliwie wymaga to czasu, ale warto skonstatować, że sprzyjać temu może własny samorząd o szerokich uprawnieniach i dodatnie wzorce osobowe, które wizerunki powinny być zauważane i popularyzowane w mediach. Warto zauważyć, że w środowiskach zawodowych z silnym samorządem tudzież historią i tradycją, opinia środowiska i poczucie przyzwoitości już dziś może mieć istotny wpływ na obyczaje. Wydaje się, iż adwokaturze, jedynym wszak wolnym zawodem, który nigdy nie utracił swego samorządu, funkcje porządkowe pełnią nie tylko rzecznicy dyscyplinarni, ale i „środowiskowa pamięć” spełniająca rolę całkiem surowego cenzora. Zwykle pamięta się więc długo nie tylko ewidentne przewinienia wobec zasad etyki i godności zawodu, ale i np. kto jest skuteczny w złym stylu, w jaki sposób zyskuje klientelę, a nawet kto swój materialny status zawdzięcza nie adwokackiemu kunsztowi, ale pozazawodowej, banalnie pospolitej działalności gospodarczej. Możliwość bycia na takim cenzurowanym zwykle działa prewencyjnie, a *post factum* zmniejsza radość z uzyskanych przychodów i może eliminować w samorządowych wyborach.

Przypisy:

¹ Obok UZNK do „dobrych obyczajów kupieckich” odwołuje się przedwojenny ustawodawca w art. 240 § 2 i art. 414 kodeksu handlowego wskazując je jako jedno z kryteriów uprawniających do unieważnienia uchwały wspólników spółki z ograniczoną odpowiedzialnością i uchwały walnego zgromadzenia spółki akcyjnej.

² A. Walaszek-Pyziół, W. Pyziół: *Czyn nieuczciwej konkurencji (analiza pojęcia)*, Przegląd Prawa Handlowego 1994, nr 10, s. 3.

³ J. Szwaia: *Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Komentarz*, red. J. Szwaia, Warszawa 1994, s. 35–38, (dalej – Komentarz). Zdaniem M. Kępińskiego „gdy w szczególności ustawa reguluje jakiś delikt w rozdziale 2, a stan faktyczny sprawy nie w pełni odpowiada jego hipotezie, można zawsze odwołać się do ogólnej normy art. 3 w celu wypełnienia luki w przepisie szczegółowym (...) Tak zarysowane relacje między deliktami nieuczciwej konkurencji z części szczególnej a klauzulą generalną wskazują na niezmiernie doniosłą rolę, jaką winna ona odgrywać w stosowaniu całej ustawy. Niewątpliwie wielka odpowiedzialność spoczywa tutaj na sądach, które powinny granice stosowania klauzuli dobrych obyczajów wnikliwie wytyczać. Nie mniejsza jest odpowiedzialność nauki i komentatorów, których opinie ważyć będą, zwłaszcza w pierwszym okresie, w procesie kształtowania się wykładni przepisów ustawy.” M. Kępiński: *Problemy ogólne nowej ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji*, *Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny*, 1994, z. 2, s. 8–9.

⁴ M. Kępiński: *Problemy ogólne...*, s. 8–9.

⁵ R. Skubisz: *Komentarz...*, s. 143–144.

⁶ T.M. Knypl: *Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji – Komentarz*, Sopot 1995, s. 110–111.

⁷ M. Kępiński: *Problemy ogólne...*, s. 7.

⁸ S. Rudnicki: *Reklama sprzeczna z dobrymi obyczajami lub uchybiająca godności człowieka*, *Monitor Prawniczy* 1996, nr 1, s. 4.

⁹ T.M. Knypl: *Ustawa...*, s. 37–38; ostatnio także z K. Trzcińskim: *Znaczenie zwyczajów i dobrych obyczajów w prawie cywilnym i handlowym*, *Przegląd Prawa Handlowego* 1997, nr 8, s. 19.

¹⁰ J. Szwaia: *Komentarz...*, s. 40.

¹¹ „Nie ulega wątpliwości, że «dobre obyczaje kupieckie», jak to określano przed wojną różnią się od dobrych obyczajów rodzinnych czy sąsiedzkich”. M. Kępiński: *Problemy...*, s. 7.

¹² T.M. Knypl: *Znaczenie zwyczajów...*, s. 19.

¹³ C. Kosikowski, (w:) C. Kosikowski, T. Ławicki: *Ochrona prawna konkurencji i zwalczanie praktyk monopolistycznych*, Warszawa 1994, s. 158–159.

¹⁴ J. Szwaia: *Komentarz...*, s. 40–41.

¹⁵ *Polska ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji z objaśnieniami A. Krausa i F. Zolla*, Poznań 1929, s. 170–171.

¹⁶ E. Dąbrowski: *Nieuczciwe współzawodnictwo*, Warszawa 1929, s. 12.

¹⁷ *Polska ustawa...*, s. 172.

¹⁸ Z. Fenichel: *Pojęcie „dobrych obyczajów” w prawie polskim*, *Głos Prawa* 1934, nr 2, s. 82 i 83.

¹⁹ Z. Fenichel: *Pojęcie...*, *Głos Prawa* 1934, nr 3, s. 156.

²⁰ J. Barta, R. Markiewicz: *Nieuczciwa konkurencja w środkach masowego przekazu*, „Rzeczpospolita” z 7 listopada 1996, s. 17.

²¹ *Etyka w działalności gospodarczej. Kodeks i materiały z konferencji*, Warszawa 1994, wyd. KIG, Instytut Badań nad Demokracją i Przedsiębiorstwem Prywatnym. Komitet Edukacji, Rynku Pracy i Etyki Zawodowej.

²² Publ. „Gazeta Wyborcza”, dodatek *Public Relations* z kwietnia 1997, s. 9.