

KÖNYVISMERTETÉSEK

Pálinkás Jenő

ÜZLETI ETIKA

LSI Informatikai

Oktatóközpont,

Budapest, 2002. július 15.

Az erkölcs szabályozórendszere az egyén és a közösség érdekeinek egyeztetésével alakítja ki a normákat, az értékítéleteket és az intézményeket. Az etika (erkölcsstan) tudománya pedig az erkölcsi és magatartásbeli szabályokat foglalja magába, az erkölcsi jelenségek összességének vizsgálatával foglalkozik. Az erkölcs évszázadok óta szabályozza az emberi magatartást, megismerteti a követendő viselkedésformákat. Hazánkban egyre inkább fontossá válnak az etikai vizsgálatok a gazdasági és az üzleti életben egyaránt. Ezt az tette indokolttá, hogy egyre többen kapcsolódnak be a gazdasági életbe, továbbá nálunk az elmúlt évtizedekben megszűnt az üzleti etika folytonossága, s a megfelelő etikai normák még nem alakultak ki. Így az üzleti etika nem épülhetett be a vezetők gazdasági döntéseibe, pedig a cég kultúrájának etikai normarendszere nagymértékben függ a vezetéstől, a vezető etikus magatartásától.

A jog és az erkölcs kölcsönhatásban vannak egymással, felismerték azonban, hogy a tisztességes üzleti magatartás csak jogi szankciókkal nem biztosítható, szükséges az is, hogy a döntéshozók és a gazdasági élet többi szereplői a tisztesség határain belül tevékenykedjenek, és ezt a magatartást

várják el munkatársaiktól is. Figyelembe kell venni a társadalmi környezet elvárásait és szokásait, etikusknak tekinthető, amit a közfelfogás elfogad, ami szembesíthető a nyilvánossággal. Egyes vállalatok oktatási programjaiban szerepelnek már az üzleti etikára vonatkozó ismeretek, fontos lenne, hogy az oktatás-képzés különböző szintjein (középiskola, szakképzések, felsőoktatás stb.) szerepeljenek a tananyagban üzleti etikai ismeretek. Fontos kérdés ez az európai integrációs törekvések megvalósításának szempontjából is. A szerző – a Gábor Dénes Főiskola tanszékvezető tanára – az erkölcsi viselkedési normákra és az etikai nézetre irányuló gondolkodási folyamat megértésére és saját átgondolt értékítélet kialakítására ösztönzi olvasóit, elsősorban a fiatal menedzsereket, a jegyzetként megjelent oktatási segédletben.

Az összeállításban – rövid történeti áttekintés után – először arról olvashatunk, hogy egyes vélemények az erkölcsöt a gazdálkodástól idegennek tekintik s feleslegesnek tartják az etikai szabályokat. A szerző felhívja a figyelmet az ilyen nézetek helytelenségére, mert tisztán versenyen alapuló piac nem létezik, számolni kell ugyanis az erőfölénnyel való visszaélés lehetőségével, a megvesztegetésekkel, a közérdeket sértőkkel és a rövidtávú előnyökért mindenre kaphatókkal. Ezeken túlmenően a gazdasági tevékenységekben olyan konfliktushelyzetek is előfordulnak, amelyek más területeken nincsenek. Ezért szükséges, hogy a gazdasági élet szereplői tevékenységüket a tisztesség határain belül folytassák, ezt várják el munkatársaiktól is, és ezt

a magatartást környezetükről is feltételezzék. Az erkölcsnek vannak állandó elemei, normái, de változás is jellemzi, fejlődésében szakaszok állapíthatók meg, koronként, népenként, társadalmi rétegenként, foglalkozási csoportonként differenciák mutatkoznak. Megismerjük az üzleti etika legfontosabb alapelveit (a tárgyilagosság, az igazságosság, a szakszerűség, a jogszerűség, a nyilvánosság, az empátia, a felelősség stb. elve). A szakmai és vállalati etikai kódexek ezeken az elveken túlmenően a szakterületre jellemző speciális magatartási szabályokat is tartalmazhatnak.

A mai üzleti életben fő szempont a vevők igényeinek maximális kielégítése: ez a korábbtól eltérő magatartást kíván meg mind a vezetőktől, mind a beosztottaktól. Így az eladó-felhasználó kapcsolatban új etikai viszonyok alakulnak ki, amelyek hatással vannak a szervezet kialakítására, a vezetési feladatok ellátására. A legtöbb menedzséri etikai döntés vegyes következményekkel jár: szemben állhatnak bennük a gazdasági és szociális – társadalmi követelmények. Személyi vonatkozásai is vannak: a vezetés magas szintű erkölcsi tudatosságára van szükség. A szerző a továbbiakban azokkal a vállalkozási elemekkel foglalkozik, amelyek jelentősek az etikus magatartás érvényesítése szempontjából (ajánlat, árajánlat, szerződés és teljesítése, kötbér, minőség, szállítási határidő, garancia, információszolgáltatás stb.). A vezetőnek motivációs irányítással kell elősegítenie a jó munkahelyi légkör kialakítását. Ide tartozik a személyiségjegyek figyelembevétele, a ké-

pességek és készségek szerinti munkakör kijelölése, az eredmény elismerése, a méltányos jövedelem biztosítása és a munkabiztonság megteremtése. A piaci szereplők érdekviszonyaiban az etikus viselkedés és az érdek összekapcsolódik. Megismerjük az érdekérvényesítés konfliktushelyzeteit, a konfliktusok forrásait, valamint az ésszerű kockázat vállalását szem előtt tartó vezetői magatartás jellemzőit. Szó van még az üzleti titok és az információ védelméről, a szoftverek használatával összefüggő etikus vezetői és beosztotti magatartásról is.

A fogyasztóval szembeni felelősség kérdései keretében a fogyasztóvédelmi törvény előírásairól, a fogyasztó jogairól, a vállalkozás felelősségvállalásáról (hibás teljesítés, jótállás, termékfelelősség, késedelmes teljesítés, minőségbiztosítás, vevőszolgálat) van szó a könyvben. A szerző foglalkozik a marketinggel kapcsolatos etikai követelményekkel és a tisztességtelen piaci magatartásokkal, az utóbbiak közé a fogyasztó megtévesztése és az etikátlan reklám alkalmazása tartozik. A vállalkozás társadalmi felelősségét tárgyaló fejezetben azokat a kötelezettségeket ismerjük meg, amelyeket a vállalkozásnak a környezet megóvása érdekében fel kell vállalnia. A környezet ügye a vállalkozás ügye is, az ökológiai felelősség napjainkban az üzleti világ meghatározó problémája. Szó van itt a célok megvalósítása során keletkező konfliktushelyzetekről is (különböző célok, ellentétes érdekek, előítéletek stb.). A lakosság és a vállalkozás közötti összeütközés elkerülését a Graboplast Rt. példáján keresztül ismerjük meg. A termelő és a szolgáltató szférában a természeti környezetre negatívan ható folyamatok szabályozásáról, majd a vállalkozás szociális koncepciójának kialakításáról olvashatunk a továbbiakban. Ez utóbbi értékeli a vál-

lalkozás környezetében beállt változásokat, elemzi azok tendenciáit, megfogalmazza a kitűzött célokat, a szükséges eszközrendszert és a megvalósítás ütemét.

Az általános etikai szabályok mellett alkalmazott – szak- és foglalkozási – etikai követelmények is vannak. Az előbbiekhöz például a kereskedelmi, a bank és tőzsdeetika, a biztosítási és reklámetika, az utóbbiakhoz a mérnök, az orvos, a fizikus, a pedagógus etikája tartozik. Az üzleti élet etikai szabályai néha irratlanok és közmegegyezően alapulnak, más esetekben ezeket a normákat írásban is rögzítik. Az üzleti élet szereplői számára nélkülözhetetlen szakterületük, foglalkozásuk alapvető etikai szabályainak ismerete. A szerző a foglalkozási etikák közül a menedzseretikával, a mérnöketikával, a könyvvizsgálói etikával, az orvosetikával foglalkozik részletesebben. A szakterikák közül pedig a kommunikáció területére, a szolgáltató felelősségére, a levelezés illemszabályaira, a reklámetikára, a banketikára, a tudomány és az etika kapcsolatára, a sajtóetikára vonatkozó kérdéseket világítja meg.

A könyv zárófejezete az etikai kódexek alkalmazását mutatja be az üzleti életben és az üzleti életen kívüli területeken. A jogi szabályozásra épülő etikai kódex a szemléletet és a gyakorlatot befolyásolni szándékozó, írásba foglalt és közzétett erkölcsi szabály- és normagyűjtemény. Célja, hogy fenntartsa és erősítse a szervezet belső értékrendszerét. Felépítése attól függ, milyen jellegű tevékenységet folytató szervezetben kerül kidolgozásra. Az üzleti élet etikai kódexei nagyon változatosak, tartalmazhatnak tiltásokat, pozitív állításokat, az érintett közösségekkel szembeni kötelezettségeket, a vezetőkkel szembeni elvárásokat stb. Az etikai kódexek sa-

játos csoportját képezik a különböző érdekvédelmi testületek, szövetségek, kamarák etikai kódexei. Ezekre azért volt szükség, mert a gazdasági élet valamennyi mozzanatát lehetetlen volt csupán közgazdasági, jogi vagy politikai eszközökkel szabályozni. Közülük a marketing etikai kódexekről, a Könyvvizsgálók Nemzetközi Szövetsége által kidolgozott etikai kódexről, az Informatikai Vállalkozások Szövetsége, a Magyar Mérnöki Kamara, a Magyar Reklámszövetség, a Magyar Public Relations Szövetség és a Magyar Újságírók Országos Szövetsége etikai kódexeiről van szó végül a könyvben.

Rubóczky István

Joseph F. Sinkey, Jr.

COMMERCIAL BANK

FINANCIAL

MANAGEMENT IN THE

FINANCIAL-SERVICES

INDUSTRY

A KERESKEDELMI BANK

PÉNZÜGYI IRÁNYÍTÁSA

A PÉNZÜGYI-SZOLGÁLTATÁS

TÁS IPARÁGBAN

Prentice Hall, 2002

(Angol nyelven)

Kinek ajánljuk e művet? Mindenkinek, akinek komolyabb ügylete van vagy lehet bankokkal, és ehhez birtokában akar lenni azoknak az ismereteknek, amelyek segítik a helyzet, a benne rejlő lehetőségek és kockázatok felmérésé-