

ÜZLETI ETIKA A MAGYAR KISVÁLLALATOK GYAKORLATÁBAN

A gazdasági átalakulás következményeképpen a kis- és középvállalatok szerepe egyre jelentősebb Magyarországon. Ezzel együtt azonban a kisvállalati szférában is gyakoriakká váltak az erkölcsi konfliktusok és problémák, melyekről eddig csak kevés empirikus felmérés készült. A tanulmány áttekinti, hogy az üzleti etikának milyen sajátosságai figyelhetők meg a kis- és középvállalkozások gyakorlatában, megfogalmazza következtetéseit, és kijelöli a további kutatások irányát.

A politikai rendszerváltás óta eltelt időszakban mind Magyarországon, mind külföldön reflektorfényben volt az ország gazdasági átalakulása, annak sikereivel és kudarcaival együtt. Az utóbbi időben – elsősorban a kirobbant korrupciós botrányoknak köszönhetően – előtérbe kerültek a társadalmi értékváltozás negatív „eredményei”, egyre több szó esik a valószínűleg még évtizedekig tartó, lassú folyamatról, amely a polgári társadalom értékeinek, normáinak kiépülését foglalja magában.

Az új normarendszer teljes kiépüléséig tartó átmeneti időszakban nap mint nap tapasztaljuk a morális értelemben vett fellazulás következményeit a társadalom és a gazdaság különböző területein. A korrupciótól való mentesség világranglistáján a legutóbbi adatok szerint Magyarország a vizsgált 54 ország között a 31. helyet foglalja el, a nemzetközi megítélés azonban várhatóan rosszabbodni fog az elkövetkező időszakban. A hazai szakmai megítélés a témában megjelenő számos írás alapján sokkal kedvezőtlenebb. A lakosság véleménye szerint is meghatározó mértékben van jelen a korrupció a mai magyar gazdasági életben (Szonda Ipsos, 1996 októberi felmérés).

Világos mindenki számára, hogy ezek a jelenségek válságot idézhetnek elő az országban, ami lerombolhatja a már eddig elért eredményeket. Tehát nemcsak gazdasági lemaradásunkat kell behozni, hanem az üzleti erkölcs

vonatkozásában is van mit tanulnunk a tőlünk fejlettebb országoktól.

Nemzetközi üzleti etikai kutatások

Az üzleti etika az 1950-es években alakult ki az Egyesült Államokban, éppen a gazdasági életben megfigyelhető visszaességekra reagálva. Célja nem egyszerűen a kialakult morál vizsgálata, hanem ennek jobbá tétele, mégpedig a gazdasági szereplők erkölcsi tudatosságát is magában foglaló kulturált viselkedésének tanításával.

Az üzleti etikai kutatások annak vizsgálatára irányulnak, hogy miképp jelenhet meg az etikai szemlélet a gazdaság szférájában. A szakirodalmat áttekintve négy csoportba oszthatjuk az üzleti etikai kutatásokat:

1. *Pedagógiai orientáltságú vizsgálatok*, amelyek elméleti és gyakorlati tanulmányokat is magukban foglalnak [például Schoenfeldt, 1991; Kavathatzopoulos, 1993; Schaupp és Lane, 1992; Brown, 1994].
2. *Elméletalkotás empirikus tesztelés nélkül* [például Elm és Weber, 1994; Puffer és Mc Charthy, 1995; Wimbush és Shepard, 1994; Vitell és mások, 1993; Reilly, 1994].
3. *Empirikus kutatások*, amelyek egyetemi hallgatók és oktatók attitűdjeit és erkölcsi nézeteit vizsgálják [például White és Rhodeback, 1992; Nyav és Ng, 1994; Small, 1992; Stevens és mások, 1994; Hansen 1992].

Empirikus kutatás az üzleti vállalkozás területén, amelyek a felsővezetők erkölcsi nézőpontját és attitűdjeit vizsgálják, elsősorban a nagyvállalatokon belül [például Ulrich és Thielemann, 1993; Harris, 1990; Pratt és James, 1994; Lincoln és mások, 1982].

Az utóbbi húsz év tanulmányai között – a kisvállalatok növekvő gazdasági szerepe ellenére – meglehetősen kevés a kisvállalkozókkal, illetve a kisvállalatokkal foglalkozó vizsgálat.

Az etika értelmezése a kisvállalati gazdálkodásban

A kisvállalatok társadalmi és gazdasági jelentősége tény. Elegendő figyelembe venni például, hogy az Európai Közösségen belül 1995-ben az összes munkahely (mezőgazdaság és bányászat nélkül) 72 %-át adták az 500 főnél kevesebbet foglalkoztató kis- és középvállalatok [Laki, 1995].

Indokolt tehát az üzleti élet normáinak, cselekvési szabályainak tanulmányozásakor megkülönböztető figyelmet szentelni a kis- és középvállalkozásoknak. A társadalomban betöltött szerepüket tekintve egy amerikai vizsgálat megállapítja, hogy a vállalkozók sokkal érzékenyebben érintettek a társadalom elvárásaival szemben, tevékenységüket kritikusabban szemlélik, mint az egyszerű állampolgárokét [Humphreys, 1993].

A vállalkozás és az erkölcsi kapcsolatot feltáró elméleti kutatások, bár nem tartalmaznak empirikus tesztelést, elméleti alapot nyújtanak a vállalkozásorientált gyakorlati kutatásokhoz [Benson, 1992; Moore, 1988; Ackoff, 1987; Dees és Starr, 1992].

A vállalkozáson belül történő döntéshozatalra vonatkozó vizsgálatok két fő irányban folynak. Az egyik az egyén filozófiai orientációjára irányul, amely befolyásolja a döntési folyamatot. A másik a vállalkozó erkölcsi nézeteit mint a társadalmi válasz egy formáját kezeli, amelynél demográfiai tényezők, úgy mint kor, nem, végzettség, beosztás, gazdasági környezet, egyéb más potenciális hatással együtt hozzájárul a megismerési folyamathoz. A két vizsgálati témakör nem különíthető el teljesen egymástól.

A legjelentősebb, speciálisan a vállalkozókra orientált empirikus tanulmánysorozat [Longenecker és mások, 1988, 1989 a, 1989 b] vállalkozókat és nagy cégek alkalmazottait hasonlította össze. A tizenhat szituáció közül a

kisvállalkozók kevésbé toleránsnak mutatkoztak, azaz erkölcsi szempontból szigorúbban ítélték meg a mások biztonságát, illetve egészségét károsító körülményeket, a rossz befektetési tanácsokat, az előléptetésben való kivételezést, a súlyos tervezési hibák elhallgatását, a megtevesztő pénzügyi mérleget, a félrevezető reklámot, valamint a munkahelyi dohányzást, mint a nagyvállalatok alkalmazottai. Toleránsabbnak mutatkoztak viszont a hamisított számlák, az adóhivatal kijátszása, a versenytárgyaláson való összejátszás, a személyes kapcsolatok kihasználása, a nőekkel szembeni diszkrimináció, valamint a számítógépes programok másolása tekintetében. A vizsgálatok eredménye rávilágít a vállalkozók „egoizmusára“, kiemelve, hogy minden olyan szituációban, ahol mások (egyének, szervezetek, kormány, társadalom) kárára történő egyéni haszonszerzésről volt szó, a vállalkozók erkölcslenebbnek bizonyultak a nagyvállalati alkalmazottaknál.

Az interjúmódszert alkalmazva Humphreys kisvállalati tulajdonosok, illetve menedzserek értékrendszerét vizsgálta, különböző dimenziókban összehasonlítva a vállalatok fogyasztóinak értékrendszerével. Megállapítása szerint magas fokú hasonlóság van a kisvállalkozók és fogyasztói értékrendszerében.

Ezen kívül a tanulmány a kisvállalkozók és a nagyvállalati menedzserek erkölcsi értékeiben több egységességet sugall, mint a megelőző kutatások [Humphreys, 1993].

A Longenecker és társai által kifejlesztett kérdőívet használva egy vizsgálat faktoranalízis segítségével a kisvállalati erkölcsi értékek három dimenzióját (üzleti fejlesztés/profit motívum, pénzzel kapcsolatos csalás, adminisztratív döntéshozatal) határozta meg. A tanulmány egyértelműen rámutat arra, hogy a tulajdonos értékrendszere kritikus komponense az üzleti döntést megelőző erkölcsi megfontolásnak [Hornsby, 1994].

A társadalmi-demográfiai tényezők erkölcsi nézőpontról való befolyására koncentrált kutatások felemás eredményre vezettek. Többségük nem mutatott ki szignifikáns kapcsolatot egyetlen tényező esetében sem. Néhányuk a kor, a nem, a végzettség, illetve a vállalkozás területi elhelyezkedése vonatkozásában mutatott ki kapcsolatot.

Ezek szerint a városi vállalkozók erkölcslenebbek mint a vidékiek, negatív korreláció van az erkölcsi értékek, valamint a vállalkozók végzettségi foka között, és az idősebb generáció,

valamint a nők jobban ragaszkodnak a szabályok betartásához [Smith, Oakley, 1994; Radaev, 1994].

Egy Egyesült Államokbeli tanulmányban a megkérdezettek 65 %-a nyilatkozott úgy, hogy a vezetők mindenre képesek a haszonért, még arra is, hogy figyelmen kívül hagyják a társadalom szükségleteit [Hennessey, 1986]. A negatív társadalmi megítélés ellenére több tanulmány megerősíti azt, hogy a kisvállalkozók túlnyomó többsége tisztességesebbnek tartja magát másoknál [például Brown és King, 1982; Radaev, 1994].

Magyar kisvállalati etika

A gazdasági átalakulás következményeképpen az elmúlt években jelentősen nőtt a bejegyzett vállalkozások száma Magyarországon. Az új vállalkozások jelentős része alacsony tőkével rendelkező kisvállalkozás. Bár a magyar gazdaságban még kisebb a kis- és középvállalkozások gazdasági súlya, a legutóbbi becslések szerint már az aktív keresők több mint 65 %-át foglalkoztatja ez a vállalati kör [Laki, 1995].

A vállalkozások célja helyzetük stabilizálása, illetve a növekedés. E kitűzött célok eléréséhez rövid idő alatt kell eredményt elérni. Az éles verseny feltételei között a vállalkozóknak számos olyan döntést kell hozniuk, amelyek erkölcsi konfliktusokat vetnek fel.

A magyarországi kis- és középvállalatok üzleti moráljának megítéléséhez nem áll rendelkezésre empirikus felmérés, csak közvetve szerezhethetünk néhány információt egy, a magyar üzleti életben tapasztalható erkölcsi konfliktusokról, vétkekről és problémákról végzett felmérésből [Csurgóné, 1994]. A több mint 250 gazdasági vezetővel készített felmérés segítségével meghatározták a gazdasági életben leggyakrabban előforduló, erkölcsi konfliktusokat okozó magatartásformákat, amelyek közül a megkérdezettek véleménye szerint az öt leggyakrabban előforduló, a gyakoriság sorrendjében a következő: 1. megvesztegetés, csúszópénz; 2. a fogyasztók megtévesztése; 3. megtévesztő reklám; 4. környezeti károk előidézése; 5. tisztességtelen árképzés.

A vizsgálat választ keresett arra is, hogy melyek a legsürgősebben kiküszöbölendő üzleti erkölcsi „vétkesek”. Az első öt helyen szereplőket tekintve figyelemre méltó, hogy a korrupció, a tisztességtelen privatizáció előbbre kerültek a vállalalkozási vétkeknél, és negyedik helyen szerepel a gazdasági-politikai hatalommal való vissza-

élés is. Ezek mutatják a rendszerváltást követően kialakult visszasságokat. A vállalalkozási vétségek közül a környezeti károk előidézése és a fogyasztó megtévesztése került be az öt leginkább megszüntetendő erkölcsi bűn közé.

A kutatás célja

A jelenlegi kutatás céljainak meghatározásához a hazai és nemzetközi üzleti etikai irodalom áttekintése során feltárt hiányosságok vezettek. A kutató munka középpontjában annak megállapítása áll, hogy a magyar gazdaság számos területén mutatkozó „erkölcsi vákuumnak” milyen jelei tapasztalhatók a kis- és középvállalkozások területén, valamint milyen mértékben és vonatkozásban beszélhetünk a hazai vállalkozások erkölcsi tudatosságáról.

A munka szűkebb értelemben vett céljai közé tartozik a mindennapi üzleti élet során jelentkező azon szituációk feltárása, amelyek erkölcsi konfliktusokhoz vezethetnek a döntéshozatali folyamat során. Szándékunkban áll továbbá annak vizsgálata, hogy a vállalkozókat jellemző társadalmi-demográfiai tényezők mennyiben befolyásolják értékrendszerüket és magatartásukat.

A nemzetközi orientációjú vállalkozások számának növekedése következtében nő az érdeklődés azok iránt a hasonlóságok, illetve különbségek iránt, amelyek a különböző országok üzleti attitűdjeiben és gyakorlatában fellelhetők. A vállalalkozói etika nemzetközi kontextusban való feltárásának hiánya ösztönözte a cleveland-i *Case Western Reserve University* egy kutatócsoportját ilyen jellegű, széles körű felmérés megkezdésére. Jelen tanulmányunk részét képezi ennek a nemzetközi áttekintést nyújtó kutatásnak.

Módszertan

Az eddig megvalósított empirikus vizsgálatok mindegyike hangsúlyozza az értékrendszerek vizsgálatának nehézségeit. Míg a vélemények megegyeznek az etikai értékek mérésének bonyolultságában, eltérnek a mérési módszerek vonatkozásában. A kutatások vagy kérdőívre vagy mélyinterjúra épülnek.

A kérdőíves felméréssel szemben emelt leggyakoribb kifogás, hogy a standardizált kérdőívek esetében, amelyeknél egy állításra csak egy igenlő vagy elutasító válasz lehetséges, nincs mód a megkérdezett indokait közelebbről megismerni. A következmény az elszűrt morális értékítélet.

Az interjúk vonatkozásában viszont fennáll annak a veszélye, hogy bár lehetőség nyílik a válaszok részletesebb kifejtésére, lehet, hogy a válaszok valójában nem irányadók a tényleges magatartásnál. Ennek a veszélye a kérdőíves felmérés anonimitása következtében e módszernél kisebb.

Kutatási eszköz

Az említett előnyöket és hátrányokat, valamint a nemzetközi összehasonlítás követelményét figyelembe véve a standardizált kérdőíves módszer alkalmazása mellett döntöttünk.

A kutatás során alkalmazott saját fejlesztésű kérdőív öt részből áll:

- 1. rész:* 19 eldöntendő kérdés, amelyek az uralkodó üzleti morál vizsgálatát, a legsúlyosabbnak ítélt erkölcsi „vétkes” meghatározását célozzák.
- 2. rész:* 18 eldöntendő kérdés a vállalkozók erkölcsi tudatosságának, a társadalommal szembeni felelősségvállalásnak megítélésére.
- 3. rész:* 12 eset, amelyeket a megkérdezetteknek a jogosság, tisztesség, jóság (hasznosság) és helyesség dimenziókban kell értékelniük. Ez a rész a jog, erkölcs és a gazdaság mindennapi üzleti életben meglévő összefüggésének komplex elemzését teszi lehetővé. A jogos-jogtalan, tisztességes-tisztességtelen, jó-rossz, helyes-helytelen ellentétpárok egy ötfokozatú skála két oldalán helyezkednek el, elősegítve az ár-nyaltabb értékítéletet.
- 4. rész:* Az üzleti életben gyakran előforduló hét döntési szituáció, amely a vállalkozási döntési folyamat erkölcsi aspektusainak vizsgálatát célozza. A döntést hétfokozatú skála segíti, amelynek két végpontján a „teljesen valószínű” (1), illetve a „teljesen valószínűtlen” (7) lehetőségek helyezkednek el. A megkérdezettek feladata a megadott hétfokozatú skálán kiválasztani azt a valószínűséget, amellyel végrehajtanák a leírt akciókat.
- 5. rész:* A megkérdezettek, illetve azok vállalkozására vonatkozó statisztikai információkat tartalmazza.

Minta

A mintában részt vevő vállalkozók az észak-magyarországi régióból kerültek ki, kiválasztásukra az iparág szerinti reprezentációt biztosítva az *Észak-Magyarországi Gazdasági Kamara* adatai alapján került sor.

A kérdőívek kitöltése a Miskolci Egyetem közgazdász hallgatóinak közreműködésével történt. A felmérés eredményeképpen 152 értékelhető kérdőívet kaptunk. A minta összetételére vonatkozó adatokat az *1. táblázat* tartalmazza.

Az adatok elemzése

Az elemzés során a kérdésekre adott válaszok alapján megoszlási viszonyszámok, átlag és szórás kiszámítására került sor. Az alapvető statisztikai számítások elvégzését követően – függő változóként kezelve a vállalkozókra és a vállalkozásokra vonatkozó adatokat – kapcsolatot kerestünk az egyes kérdésekre és kérdéscsoportokra adott válaszok, valamint a demográfiai ismérvek között.

Az egy-, illetve többváltozós korreláció- és regressziószámítás elvégzését követően a hipotézisként kezelt lineáris regresszió tesztelésére 5 %-os szignifikancia szint mellett varianciaanalízist alkalmaztunk. A modell helyességét F-próbával, a modellben szereplő paraméterek pontosságát T-próbával teszteltük.

A kérdőívek feldolgozása és a statisztikai vizsgálatok elvégzése a *Microsoft Excell* és a *Systat for Windows* számítógépes programok segítségével történt.

A kisvállalati üzleti morál

Minden egyes etika tárgya az erkölcs, vagy más szóval: morál. Bizonyos erkölcsi szabályok, normák minden kultúrában megtalálhatók. A kérdés tehát sohasem az erkölcs létezésére, hanem a milyenségére vonatkozhat.

Az üzleti etika tárgyát az üzleti életben szokásos, általánosan elfogadott „játékszabályok” jelentik. Ezek ismerete nélkül minden javítást sürgető kritikai megjegyzés alapok nélküli.

A *Magyar Tudományos Akadémia* egy szociológiai felmérése kimutatta, hogy a szocialista rendszer sajátosságaként ismert ideológiai értékek már 1990-re szinte teljesen kikerültek a hazai értékrendszerből.

Egyre nagyobb szerepet kap az anyagi jólét, és olyan értékek válnak dominánssá a társadalom tagjainál – nemritkán alapvető erkölcsi értékeket is meghaladva –, mint az alkotó szellemű, a hatékony, önálló és törekvő [Füstös-Szakolczai, 1994].

Az említett új értékek fokozottan jellemzik a vállalkozói réteget. A kérdőív első részében feltett kérdésekkel célunk a kisvállalkozói üzleti morál feltérképezése volt. Az eredményeket a 2. táblázat tartalmazza.

A felsoroltak közül a legszigorúbb erkölcsi megítélés az ártatlan munkatársra való felelősség áthárítása esetén mutatkozik. Ez arra utal, hogy az egyénnel kapcsolatos magatartás során szigorú erkölcsi normák érvényesülnek.

A következő öt állítás esetében a válaszadók túlnyomó többsége azokat úgy ítélte meg, hogy erkölcstelennek számítanak az üzleti életben. Ezek az esetek mutatják azokat a vállalati normákat, amelyeknek megsértése „bűnnek” számít. Összevetve a többi vállalati szabálysértéssel látható, hogy míg a munkaidőről, mennyiségről, minőségről szóló jelentések hamisítása, a vállalati szabályok megsértése és a számlahamisítás elítélendő cselekedetek, addig a betegség jelentésével, a munkaidő nem vállalati feladatokra való felhasználásával, a vállalati szolgáltatások, illetve eszközök igénybevitelével kapcsolatos szabálytalanságokat sokkal könnyebben ítélik meg. A munka elvégzéséhez a szükségesnél hosszabb idő igénybevétele sokak számára természetesnek számít, hiszen a válaszadók alig több mint a fele (52,6 %) ítélte erkölcstelennek.

A szabálysértés jelentésének elmulasztása a „ne szólj szám, nem fáj fejem” mottóval nem túl szigorú erkölcsi megítélés alá esik. Az értékelés eltérő attól függően, hogy törvényről vagy vállalati szabályról van szó. Míg a törvény esetében 72,4 % ítélte erkölcstelennek, addig a vállalati szabály esetében csak 62,2 %.

Az üzleti életben hatalomnak számító információ egyértelműen versenytényezőt jelent a kis- és középvállalkozás számára. Az információ-áramlással kapcsolatban kapott értékek szerint világosan elkülöníthető az erkölcsi megítélés szempontjából a vállalatból kifelé, a befelé, illetve a vállalatban belülről történő információ-továbbítás. Míg a vállalatban kívülről történő bizalmas információ közlésénél a megkérdezettek 94,7 % a vélte úgy, hogy ez erkölcstelennek számít az üzleti életben, addig a konkurens cégek alkalmazottainak megbízását a kereskedelmi titkok megismerése céljából csak 64,5 %, a vállalatban belüli

bizalmas információ továbbítást mintegy 30 % ítélte erkölcstelennek. Ezek a vélemények a vállalatok bezárkózását érzékeltetik, amit megerősítenek a szerzők e vállalati körben szerzett tapasztalatai is: sokszor a Gazdasági Kamaránál a nyilvánosság rendelkezésére álló mérlegadatokat is titkos vállalati információként kezelik. Így ebben a vállalati körben szinte egyáltalán nem érvényesülhet a nyilvánosság erkölcsös viselkedésre ösztönző, ellenőrző szerepe.

A kedvezményes bánásmód elérését célzó ajándékok adása, illetve elfogadása rendkívül elterjedt. Az ajándékok elfogadásának erkölcsi megítélése valamivel szigorúbb, mivel a megkérdezettek 55,9 %-a, míg az ajándékok adásával kapcsolatban csak 44,7 % ítélte úgy, hogy nem minősül erkölcstelennek az üzleti életben. Ez összecseng a már említett magyar felmérés eredményével, amelyben a megvesztegetést, borral való, csúszópénz adását a gazdasági életben leggyakrabban előforduló erkölcsileg kétes magatartásformaként jellemzik.

1. táblázat

A minta összetétele

A vállalkozás működési területe	
Bank, befektetés, biztosítás	5,9%
Építés	7,9%
Közszolgáltatás	11,8%
Fogyasztási cikkek előállítás	17,7%
Termelési eszközök gyártása	8,6%
Bányászat	1,9%
Kutatás és műszaki fejlesztés	0,6%
Vezetői és üzleti tanácsadás	9,8%
Kis- vagy nagykereskedelem	28,9%
Üzemeltetés vagy közművesítés	2,6%
Egyéb	4,3%

A vállalkozó szakterülete	
Számvitel	7,9%
Műszaki tudomány	17,1%
Pénzügy	21,7%
Marketing	12,5%
Személyi vagy munkakapcsolat	15,1%
Termelés	7,9%
Közönségkapcsolat	10,5%
Egyéb	7,3%

A vállalkozó kora	
21-30	18,2%
31-40	21,1%
41-50	44,4%
51-60	15,3%
61-70	1%

A vállalkozó személyes évi nettó jövedelme	
0-200.000 Ft	8,3%
200.001-400.000 Ft	18,2%
400.001-600.000 Ft	21,6%
600.001-800.000 Ft	13,5 %
800.001-1.000.000 Ft	15,5 %
1.000.000 Ft felett	22,9 %

A vállalat mérete	
1-9 fő (mikrovállalat)	52,7 %
10-99 fő (kisvállalat)	28,3 %
100-500 fő (középvállalat)	12,8 %
500 fő felett (nagyvállalat)	6,2 %

A vállalkozó neme	
Férfi	65,8 %
Nő	34,2 %

A vállalkozó iskolai végzettsége	
Szakmunkás képző	1,4 %
Szakközépiskola	16,2 %
Gimnázium	9,4 %
Főiskola	25,6 %
Egyetem	47,4 %

Etikai tanulmányok	
Igen	39,5 %
Nem	60,5 %

A vállalkozók erkölcsi tudatossága

A modern etika nem egyszerűen a normák kritikai vizsgálatát jelenti, hanem célja az értéktudatosság elősegítése is. A kérdőív második része néhány alapvető etikai és üzleti etikai kérdés vonatkozásában vizsgálta a vállalkozók nézeteit.

Azzal az állítással, hogy „az ember alapvetően jó“, a megkérdezettek többsége (74,3 %) egyetértett. Ez arra enged következtetni, hogy az élet különböző területein tapasztalható erkölcsatlenség nem az emberi természetnek, hanem egyéb, például társadalmi, gazdasági hatásoknak tudható be.

Az emberi együttélést lehetővé tevő „kölcsonösség elve“ történelmileg először az úgynevezett arany szabályban tűnik fel: „Amit nem akartok, hogy az emberek cselekedjenek nektek, ti se cselekedjétek nekik.“ Ennek érvényesülését nem túl kedvezően ítélik meg a megkérdezett vállalkozók, hiszen arra a kérdésre, hogy „ha Ön tisztességesen bánik az emberekkel, akkor ők is tisztességesen bánnak Önnel“, a megkérdezettek több mint a fele (53,3 %) nemleges választ adott. Ezzel a véleménnyel összecseng az, hogy a válaszadók 86,2 %-a tisztességesebbnek vallja magát az átlagembernél, és csak 5,9 % vallja ennek az ellenkezőjét.

A gazdasági rendszerre vonatkozó kérdésekre adott válaszok többsége (78,9 %) a szabad vállalkozást a legjobb gazdasági rendszerként értékeli. Elgondolkodtató azonban, hogy húsz százalékuk nemleges választ adott erre a kérdésre. A rendszerváltást követően lezajlott jelentős gazdasági dereguláció ellenére az üzleti életet a vállalkozók 73,7 %-a túlszabályozottnak látja. Ugyanilyen része látja úgy, hogy nincs összhang a jogi szabályozás és az erkölcs finom szabályozása között.

A gazdaság és erkölcsi kapcsolatára vonatkozó válaszok azt mutatják, hogy a megkérdezettek 63 százaléka szerint harmonikus viszony áll fenn. A vállalatok társadalmi kihatású cselekedetei a társadalmi kötelezettség, a társadalmi felelősség és a szociális érzékenység kategóriáiba sorolhatók [Sethi, 1979]. A vállalati szociális érzékenység szükségessége mellett foglalt állást a megkérdezettek 67,8 százaléka, amikor igenlő választ adott arra a kérdésre, hogy felelősséget kell-e a vállalatoknak vállalniuk a társadalmi problémák megoldásában.

A kis- és középvállalatok vezetőinek erkölcsönösségét összehasonlító kérdés azt mutatja, hogy a megkérdezett kis- és középvállalkozók többsége (88,8 %) nem tartja becsületesebbnek a nagyvállalati vezetőket.

A kölcsönösségi alapelv a válaszadók véleménye szerint jobban érvényesül az üzleti életben, mint általában a társadalomban, hiszen az erre vonatkozó kérdésre 65,1 százaléka igennel válaszolt, míg a már említett általános kérdésre 53,3 % nemet mondott. Ez arra utal, hogy az íratlan „játékszabályok“ szigorúbbak az üzleti életben, mint a társadalom más területein.

A cselekedetek erkölcsstelenségi sorrendje a vállalkozók megítélése alapján

Sorrend	Cselekedet	Egyetértési százalék
1	A hibákért való felelősség áthárítása ártatlan munkatársra	96,7 %
2	Bizalmas információk közlése vállalaton kívülállók részére	94,7 %
3	Munkaidőről, minőségről, mennyiségről szóló jelentések meghamisítása	94,1 %
4	Beosztottak felhatalmazása vállalati szabályok megsértésére	90,1 %
5	Költségszámla kiállítása a tényleges értéknél tíz százalékkal kisebbre	83,6 %
6	Költségszámla kiállítása a tényleges értéknél tíz százalékkal nagyobbra	78,3 %
7	Elmulasztani annak jelentését, hogy egy munkatárs megszegi a törvényt	72,4 %
8	Betegség jelentése szabadság szerzése céljából	71,1 %
9	Szabadidő túlzott vállalati igénybevétele	70,4 %
10	Munkaidő nem vállalati feladatokra való felhasználása	71,7 %
11	Vállalati szolgáltatások személyes célra való használata	67,8 %
12	Konkurens cégek alkalmazottainak megbízása kereskedelmi titkok megismerése céljából	64,5 %
13	Elmulasztani annak jelentését, hogy egy munkatárs megszegi a szabályokat	61,2 %
14	Vállalati csekkek személyes célra való igénybevétele	60,5 %
15	Személyes ajándékok elfogadása kedvezményes bánásmód elérése céljából	55,9 %
16	A szükségesnél hosszabb idő felhasználása a munka elvégzésére	52,6 %
17	Személyes ajándékok adása kedvezményes bánásmód elérése céljából	44,7 %
18	Részvények vásárlása belső vállalati információk alapján	34,9 %
19	Bizalmas információk kérése vezetői döntésekhez	26,3 %

Ellentmondó annak a két kérdésnek az eredménye, amelyek a vállalati célok és a személyes értékek kapcsolatára kérdeznék rá. A válaszadók 61,8 százaléka úgy véli, hogy a személyes erkölcsi normák nincsenek alárendelve a vállalati céloknak, ugyanakkor arra a kérdésre, hogy a stratégiai döntéseket a kisvállalatok vezetői az erkölcsi normáknak megfelelően hozzák-e, 73,2 % nimmal válaszolt. Az etikai kódexek használatának lehetőségét a vállalkozók valamivel több mint a fele (53,9 %) elutasította.

Az ebben a fejezetben tárgyalt kérdések mind-egyikét függő változóként kezelve sor került a demográfiai adatokkal való kapcsolat vizsgálatára. Minél fiatalabbak a vállalkozók és minél kisebb a vállalkozás, annál inkább helyeslik a szabad vállalkozási rendszert (gyenge korreláció, $R = 0,277$). Hasonló kapcsolat mutatkozik az említett független változók és a nagyvállalatok erkölcsstelenségét mutató válaszok között ($R = 0,242$).

A kölcsönösségi alapelv üzleti életben való érvényesülését az idősebb és magasabb végzettségű vállalkozók pesszimistábban ítélik meg ($R = 0,271$). Az etikai kódex használatát illetően pozitívabban nyilatkoztak azok, akik folytattak etikai tanulmányokat.

A jog, az erkölcs és a gazdálkodás összefüggései a mindennapi üzleti életben

A 3. táblázat tartalmazza azokat a mindennapi üzleti életben előforduló eseteket, amelyet a megkérdezettek a feltüntetett négy dimenzió szerint értékelték. Az esetek sorrendje a megkérdezettek véleménye szerinti tisztességtelenségi sorrendet tükrözi.

Az eredmények alapján megvalósuló komplex vizsgálat három irányban történt:

- jogosság és tisztességesség összehasonlítása,
- tisztesség és jóság (mint a legfőbb utilitarista érték) kapcsolatának elemzése,
- az előzőek alapján annak vizsgálata, hogy mely esetben, melyik dimenzió hatott leginkább az eset helyességének megítélésében.

1., 2. A személyiségi jog elleni vétket és a termékhamisítást egyaránt nagyon szigorúan ítélték meg tisztességtelenség szempontjából. Hasonlóságot mutatnak abban az értelemben, hogy mindkettő az embert veszélyezteti: a termékhamisítás a testi épséget, míg a másik eset a személyiség sértettségét. Mindkettőt tisztességtelenebbnek ítélik meg, mint amilyen szigorral a jog eljár – véleményük szerint – ezeknél az eseteknél. A

jogi és az erkölcsi megítélés a személyiségi jogok megsértésekor nagyobb mértékű különbséget mutat. Mindkét esetet, különösképpen a termékhamisítást rossznak minősítik, összességében helytelen cselekedetnek ítélik őket.

3. A pénzügyi szabálytalanság eltussolását valamivel kisebb szigorúsággal ítélik meg a vállalkozók. A jogi és erkölcsi megítélés között nincs lényeges különbség. A „jóság” szempontja a közepesnél valamivel rosszabb értéket kapott. Összességében a nagyon tisztességtelen, közepes hasznot hozó cselekedetet helytelennek ítélték meg.

4. A környezetszennyezést mind a négy dimenzióban negatív megítélés jellemzi. A vállalkozók egyértelműen helytelen cselekedetként értékelik, és ami szembetűnő, hogy ezen a területen is hiányolják a szigorúbb jogi szabályozást.

5. A kereskedelmi partnerrel való tisztességes viselkedés az üzleti élet szigorú normájának mutatkozik az eredmények alapján. Sokkal inkább

6. 9. A piaci információk vállalaton belüli eltorzítása kevésbé tekinthető jogtalanak, mint tisztességtelennek. A jogi megítélésen kívüli dimenziók mindegyikében viszonylag magas pontszámot kapott, egyértelműen helytelennek tekinthető. Hasonló a megítélés az egyes vásárlókkal való kivételezés esetében is, azzal a különbséggel, hogy minden dimenzióban kisebb értéket kapott.

7. A vásárlóval való tisztességtelen bánásmódot valamivel erkölcstelenebbnek értékelik, mint a jogi megítélés teszi. Ez az egyetlen eset, amelyet rosszabbnak értékelnek, mint amennyire tisztességtelennek. Ez minden bizonnyal arra a jövőbeli elmaradott haszonra utal, amelyet az ilyen viselkedés okoz. Bár helytelennek ítélik meg összességében az esetet, nem olyan mértékben, mint ahogy ez várható lenne az előző dimenziók eredményének ismeretében. A rövid távú szemléletmód még mindig jelentős mértékűnek tűnik a vizsgált vállalati körben.

3. táblázat

A jog, az erkölcs és a gazdálkodás összefüggése a vállalkozók megítélése szerint

Tisztességtelenség szerinti sorrend	Tisztességeség	Jogoság	Jóság	Helyesség	Az eset leírása
1	4.692	4.296	3.683	4.011	Személyiségi jogok elleni vétség
2	4.663	4.431	4.553	4.613	Termék hamisítás
3	4.546	4.530	2.665	4.169	Pénzügyi szabálytalanság eltusolása
4	4.465	4.014	4.234	4.284	Környezetszennyezés
5	4.350	3.988	3.770	3.825	Kereskedelmi partner megtévesztése
6	4.216	3.641	4.009	4.048	Pénzügyi információ vállalaton belüli eltorzítása
7	4.056	3.833	4.261	3.977	Vásárlóval való tisztességtelen bánásmód
8	4.047	3.811	3.467	3.617	Kisösszegű kenőpénz elfogadása
9	4.032	3.461	3.971	3.929	Kivételezés egyes vásárlókkal
10	3.984	2.561	3.337	3.481	Vásárló megtévesztése
11	3.245	3.369	2.351	2.475	Megvesztegetés jelentős profit szerzése céljából
12	2.663	2.223	2.116	2.242	Vásárlóktól versenytársakra vonatkozó információk beszerzése

Minősítési skála

Tisztességes - 1 2 3 4 5 - Tisztességtelen
Jogos - 1 2 3 4 5 - Jogtalan

Jó - 1 2 3 4 5 - Rossz
Helyes - 1 2 3 4 5 - Helytelen

tisztességtelennek ítélik meg a leírt esetet, mint jogtalanak. Ha nem is olyan erőteljesen, mint például a környezetszennyezést, de rossznak ítélik meg és helytelenítik az esetet.

8. Az egyes dimenziók egymáshoz való viszonyát tekintve hasonló az előzőhöz a kisebb összegű kenőpénz elfogadásának a megítélése, azzal a különbséggel, hogy mind a négy dimen-

zióban kisebb értéket kapott és kisebb különbség mutatkozik a jogtalanság és tisztességtelenség mértéke között.

10. A vásárló olyan módon való megtévesztését, hogy az eladó a drágább árut adta el számára, holott az olcsóbb jobb lett volna, minimális értékkel ítélik meg inkább jogtalannak, mint jogosnak, de mindenképpen határesetként értékelik a vállalkozók a jogi szabályozás szempontjából. Ettől nagyobb a tisztességtelenség mértéke, és ha nem is túlságosan, de rossznak ítélik meg az esetet és helytelenítik a vállalkozókat.

11. A jelentős profit szerzése céljából történő megvesztegetés a felsorolt esetek közül az egyetlen, ahol úgy értékelik a vállalkozók, hogy szigorúbb a jogi megítélése, mint amennyire tisztességtelen ez a magatartás. A nem túl tisztességtelen értékelés mellett jelentős a „jóság“ (haszon), amely származik belőle. Összességében inkább helyesnek mint helytelennek ítélik meg az esetet.

12. A vásárlóktól versenytársakra vonatkozó információ beszerzését hasznosság szempontjából különösen jónak értékelték, s a többi dimenzióhoz képest a tisztességesség mértéke a legkisebb. Ennek ellenére ez az eset az, amely mind a négy dimenzióban a legkisebb értéket kapta, sőt mindenütt alatta van a határvonalnak számító 3-as értéknek. Ez azt jelenti, hogy jogos, tisztességes, jó és helyes is a vállalkozók megítélése szerint.

Az eredményekből kitűnik, hogy a jogosság és tisztesség kapcsolatát tekintve egyetlen esetben, a „jelentős profit szerzése céljából történő megvesztegetés“ esetén ítélték úgy a vállalkozók, hogy nem olyan tisztességtelen ez a magatartás, mint amilyen szigorú a jogi szabályozása. Négy esetet ítélték jóval tisztességtelenebbnek mint jogtalannak: vásárló megtévesztése, piaci információ vállalaton belüli eltorzítása, kivételezés egyes vásárlókkal és a környezetszennyezés. Ezen esetek közül a helytelenség mértékét is figyelembe véve úgy tűnik, hogy a környezetszennyezés és a piaci információ vállalaton belüli eltorzítása az, amelynél lényegesen szigorúbb jogi szabályozást látnának szívesen a vállalkozók.

A tisztességesség és jóság (hasznosság) viszonyát tekintve két esetben ítélték meg a két dimenziót ellentétesen a megkérdezettek. Mindkét esetet tisztességtelennek, de jónak tartják. A pénzügyi szabálytalanság elutasításánál: ahol a tisztességtelenség mértéke jóval meghaladta a „jóság“ mértékét, ott helytelennek ítélték meg a cselekedetet; ahol viszont fordított reláció érvé-

nyesül, tehát a „megvesztegetés jelentős profit szerzése céljából“ esetet helyesnek értékelték.

Ki kell emelni azt a két esetet, amelynél – tudatosan erkölcsileg megkérdőjelezhetőnek szerkesztett szituáció ellenére – a vállalkozók helyeselték. A versenytársakra vonatkozó információ-szerzést egyáltalán nem ítélik meg erkölcstelennek. A másik pedig a már említett „megvesztegetés jelentős profit szerzése céljából“ eset volt.

A vállalkozói döntési folyamat erkölcsi aspektusai

A kérdőív negyedik része olyan szituációkat tartalmaz, amelyek etikailag kifogásolható magatartást írnak le.

1. Nagy megrendelés lehetősége esetén a megkérdezett vállalkozók 20,4 %-a teljes valószínűséggel, 40,1 %-a nagy valószínűséggel, míg 21,7 %-uk kis valószínűséggel, de garantálná a szállítást még akkor is, ha biztosan tudja, hogy nem fogja tudni betartani az ígért szállítási határidőt. Tehát összesen csak a vállalkozók 17,1 %-a bizonytalan a vállalatát illetően, vagy tartja különböző mértékben valószínűnek azt, hogy nem vállalná a megbízást.

2. „Kínos“ döntési szituációnak bizonyult az, amelyben arról kellett véleményt mondani a megkérdezetteknek, hogy milyen valószínűséggel titkolná el azt, hogy felettese több pénzt számol el, mint amennyit költött. Jól jellemzi a tanácstalanságot, hogy a vállalkozók 28,3 %-a bizonytalan a döntést illetően. Viszonylag jelentős részük (21,1 %) nagy valószínűséggel eltitkolná. Körülbelül hasonló arányban tartják a vállalkozók teljesen (13,2 %), illetve kissé (11,2 %) valószínűnek. Tehát többségük az elhallgatás mellett döntene.

3. A versenytárs újonnan kifejlesztett termékéről szóló titkos tervdokumentáció másolatát 27,6 % nagy valószínűséggel elfogadná, 23,7 % pedig teljesen biztos benne. Kissé valószínűnek 16,4 %-uk tartja, míg 14,5 % bizonytalan.

4. A környezetet károsító szabálysértést a válszadók nagyon jelentős hányada (40,1 %) biztosan jelentené, 28,3 % pedig nagyon valószínűsíti. Csekély hányaduk (5,9 %) bizonytalan és csupán 12,5 % nem jelentené az ügyet.

5. A munkások munkakörülményeinek javítása érdekében megvásárolandó drága és a termelékenységet nem javító szerszámok esetében ugyancsak nagyon pozitív eredmény mutatkozik. 40,8 % nagyon valószínűnek tartja a vásárlást, 14,5 %

bizonytalan és csak 12,4 %-uk utasítaná el különböző valószínűséggel.

6. Az előzőhöz nagyon hasonló, kis mértékben még jobb eredményre vezet a *leépítés során munkanélkülivé válók átképzésének támogatásáról* szóló döntés, annak ellenére, hogy 20 %-kal többre kerül, mint az elbocsátás.

7. Arra a kérdésre, hogy a projektumot kiíró üzletféllel kávézás során milyen valószínűséggel nézne bele a versenytársak pályázatába, amikor beszélgető partnere a mellékhelyiségbe megy, a válaszadók körülbelül fele (50,9 %) választott igennel. Ezen belül 19,7 % teljes, 21,7 % nagy, 10,5 % kis valószínűséggel használná ki a lehetőséget. A vállalkozók 10,8 %-a bizonytalan, 10,5 %-a kissé, 14,5 % nagyon, 9,2 % teljesen valószínűtlennek tartja.

A bemutatott szituációk a vállalat legfontosabb külső és belső érintettjeivel kapcsolatos erkölcsi hozzáállást tesztelték. A versenytársakkal szemben egyértelműen gátlástalannak bizonyultak a megkérdezettek. A vevők kissé bizonytalan helyzetbe hozása nem jelent akadályt a vállalkozók számára. Nagy értékű pozitív hozzáállással tesznek tanúságot a dolgozókkal és a környezetszennyezéssel kapcsolatos szituációk eredményei.

Különösképpen a felettes beárulása és az utolsó, a versenytársak ellen irányuló szituáció arra enged következtetni, hogy a döntést jelentősen befolyásolja a negatív következményektől való félelem.

Elvégezve a demográfiai adatok és a vállalkozók ismertett döntési szituációkban tanúsított viselkedése közötti összefüggést vizsgáló korreláció- és regressziószámítást, megállapítható, hogy gyenge pozitív kapcsolat mutatkozott a vállalkozó nettó jövedelme vonatkozásában, 5 %-os szignifikancia szint mellett azonban el kellett vetnünk a kapcsolat fennállására vonatkozó hipotézist. Így egyetlen demográfiai tényező döntésre gyakorolt szignifikáns hatását sem sikerült kimutatni.

• Következtetések

Az elvégzett kutatás eredményei alapján a következő főbb megállapításokat tehetjük:

A megkérdezett vállalkozók túlnyomó többsége tisztességesebbnek itéli magát másoknál. Ez megegyezik egyéb vizsgálatokban [Baumhart, 1963; Radaev, 1994] megjelenő „glória effektus”-sal (halo-effect). A többség elfogadja azt a nézetet, hogy az erkölcs és a gazdaság össze-

egyeztethető egymással. A fiatalabb generáció egyértelműen, de a megkérdezettek túlnyomó többségéről is elmondható, hogy helyesli a szabad vállalkozási rendszert. A másokkal való együttélés (egyén mellett élés) lehetőségét jobbnak ítélik meg a gazdaság területén mint általában. Az erkölcsi normák és a vállalati célok alá- és fölérendeltségi viszonyában ellentmondó eredmények születtek, ami az erkölcsi tudatosság hiányára utal. Az etikai kódex használatának elfogadása és az előzetesen folytatott etikai tanulmányok kapcsolata is azt sugallja, hogy az erkölcsi tudatosság növelésének hatékony módja lehet az etika oktatása.

A válaszokból kitűnik, hogy az üzleti élet területén egyszerre több etikai szemléletmód is jelen van, bár kimutathatók azok a területek, ahol bizonyos etikai felfogást jellemző normák dominánsabbak.

A versenytársakkal való kapcsolatban hangsúlyozottan jelentkezik az utilitarista szemléletmód, de sok esetben felfedezhető a „cél szentesíti az eszközt” mottóval jellemezhető machiavellisztikus viselkedés jelei is. A versenyelőny megszerzésére tett cselekedetek többségét erkölcsösnek ítélik meg a vállalkozók, ebben a vonatkozásban tehát igazodni látszik az utóbbi időben a magyar üzleti életre gyakran alkalmazott „vadkapitalizmus” jelző. Ugyancsak erkölcsösnek tekintik a gyakorlatban általánossá vált ajándékok, kenőpénzek nyújtását és elfogadását. Mindenképpen figyelemre méltó az az eredmény, mely szerint azokban az esetekben, amelyekben ellentmond egymásnak az erkölcsi és a gazdasági megítélés, ha nagyobb mértékű a tisztességtelenség mint a hasznosság, akkor helytelenítik, ott ahol fordított reláció érvényesül, helyeslik a viselkedést. A nagy profitot hozó szituációkban a magyar vállalkozók viselkedése nagymértékű egyezést mutat az amerikai vállalkozókra jellemző sajátossággal [Longenecker, 1989].

Ugyancsak bizonyos hasonlóság fedezhető fel azokon az üzleti területeken, ahol a cselekvések következményei egyéneket érintenek. Hasonló szigorúsággal ítélik meg a két ország vállalkozói az emberek testi épségét veszélyeztető eseteket. A jelenlegi felmérés több eredménye arra utal, hogy ez az egyénekkal szembeni erkölcsileg felelős viselkedés a hazai vállalkozók körében hangsúlyozottabban van jelen; nem egyszerűen az utilitarista szemléletmód, hanem keresztényi, sőt sokszor az embert célként és sohasem eszközként szemlélő kanti felfogás jelei is megfigyelhetők. A vásárlókkal, fogyasztókkal

való felelősségvállalásban érzékelhető némi el-
lentmondás. Annak ellenére, hogy tisztességtel-
lennek ítélik meg az esetek többségében, sőt a
káros gazdasági hatása is tudatosult már, a rövid
távú profitszerzési motívum sok esetben döntő
tényezőnek bizonyul.

Érdekes következtetések vonhatók le a ma-
gyar vállalkozók munkamorálját tekintve. Bár
megjelentek az értékrendszerben olyan értékek
mint például a törekvő, hatékony, mégis a szocia-
lista gyakorlat örökségének tekinthető és a pro-
testáns etika alapelveivel szembenálló munka-
morál és munkahelyi viselkedés egyértelműen
kimutatható.

A természeti környezettel kapcsolatban meg-
lehetősen érzékenynek mutatkoznak a magyar
vállalkozók. Az erőteljes környezeti tudatosság a
szigorúbb jogi szabályozás helyeslését sugalmaz-
za. A vállalatok társadalom iránti felelősségét a
többség szükségesnek tartja, az arányszám azon-
ban más vizsgálatok eredményével összehasonlít-
va [Wilson, 1980] nem túl magas.

Az elvégzett felmérés alapján nem mutatható
ki szignifikáns kapcsolat az erkölcsi konfliktu-
sokat felvető üzleti döntések és a demográfiai
tényezők között. A viszonylag rövid múltra visz-
szatekintő magyar közép és kisvállalkozói réteg
értékrendje nagyfokú homogenitást mutat.

További kutatások

A magyar kis- és közepes üzleti vállalkozások
moráljának vizsgálata első fázisát jelenti a több
kelet-európai országban lefolytatandó empirikus
kutatásnak. Az eredmények ismeretében a továb-
bi kutatási feladatot az alábbiak képezik:

– a nemzetközi adatok birtokában összeha-
sonlító elemzések végzése az itt alkalmazott
szempontok szerint a nemzeti sajátosságok leírá-
sa céljából,

– a vizsgálati eszköz korrigálása révén azon
demográfiai tényezők kimutatása, amelyek hatást
gyakorolnak a vállalkozói döntésre,

– olyan mechanizmusok bemutatása, ame-
lyeknek kitüntetett szerepük van a vállalkozások
morális légkörének kialakításában, az etikus vál-
lalkozói kultúrában. Közülük is kiemelve

= a vállalkozó által vallott és kinyilvánított
elvek milyenségét,

= az elvek és értékek kommunikálásának
szükségességét.

Nézeteink szerint ezeknek a kérdésköröknek
a vizsgálata, módszereknek és általános vezetési

elveknek a kidolgozása elősegítené az általános
és vállalkozási kultúra alapját képező etikus gon-
dolkodásmód kialakulását. Segítséget adna a gaz-
dasági élet szereplőinek és az üzleti élet erkölcsi
konfliktusainak feltárásához és a keletkezett eti-
kai dilemmák megoldásához. Oktatásával foko-
zódhat a jövő gazdasági szakembereinek dönté-
seik társadalmi következményei iránti érzékeny-
sége, amely a jól működő piacgazdaság egyik
feltétele.

Irodalom

Ackoff, R. L.: Business Ethics and the Entrepreneur.
Journal of Business Venturing. 1987/2. 185/191. pp.

Baumhart, R.: An Exploratory Study of Businessmens
Views on Ethics in Business. Doctoral Thesis, 1963.
Harvard University

Benson, G. L.: Teaching Entrepreneurship Through the
Classics. Journal of Applied Business Research.
1992/8. 135–140. pp.

Brown, D. J., King, J. B.: Small Business Ethics:
Influences and Perceptions. Journal of Small Business
Management, 1982/20. 11–18. pp.

Brown, K. M.: Using Role Play to Integrate Ethics into the
Business Curriculum: A Financial Management
Example. Journal of Business Ethics, 1994/13,
105–110. pp.

Csurgó Ottóné: Üzleti erkölcs a magyar gazdasági vezetők
véleményének tükrében. Üzleti etika, Saldo, Budapest,
1994

Dees, J. G., Starr, J. A.: Entrepreneurship Through an
Ethical Lens. in Sexton, D. L., Kasarda, J. D., eds.:
The State of the Art of Entrepreneurship /PWS-Kent,
Boston, MA/

Elm, D. R.–Weber, J.: Measuring Moral Judgment: The
Moral Judgment Interview or the Defining Issues
Test? Journal of Marketing, 1994/49, 87–96. pp.

Füstös László–Szokolczai Árpád: Értékek változásai
Magyarországon. 1978–1993, Szociológiai Szemle,
1994/1.

Hansen, R. S.: A Multidimensional Scale for Measuring
Business Ethics: A Purification and Refinement.
Journal of Business Ethics, 1992/11. 523–534. pp.

Harris, J. R.: Ethical Values of Individuals at Different
Levels in the Organizational Hierarchy of a Single
Firm. Journal of Business Ethics, 1990/9. 741–750.
pp.

Hennessey, E. L.: Business Ethics – Is it a Priority for
Corporate America? Financial Executive, 1986/10.

Hornsby, J. S., Kuratko, P., Naffziger, D., LaFollette, W.,
Hodgetts, R.: The Ethical Perceptions of Small
Business Owners. Journal of Small Business
Management, 1994/32. 9–16. pp.

Humphreys, N., Robin, D., Reidenbach, R. E., Moak, D.:
The Ethical Decision Making Process of Small
Business Owner/Managers and Their Costumers.
Journal of Small Business Management, 1993/31.
9–22. pp.

Kavathatzopoulos, Iordanis: Development of a Cognitive
Skill in Solving Business Ethics Problems: The Effect
of Instruction. Journal of Business Ethics, 1993/12.,
379–386. pp.

- Laki Teréz*: A magángazdaság kialakulásának hatásai a foglalkoztatásra 1995-ben. Közgazdasági Szemle, 1996. július–augusztus.
- Lincoln, D. J., Pressley, M. M., Little, T.*: Ethical Beliefs and Personal Values of Top Level Executives. Journal of Business Research, 1982/10. 475–487. pp.
- Longenecker, J. G., McKinney, J., Moore, C. W.*: Egoism and Independence: Entrepreneurial Ethics. Organizational Dynamics, 1988/16. 64–72. pp.
- Longenecker, J. G., McKinney, J., Moore, C. W.*: Do Smaller Firms Have Higher Ethics? Business and Society Review, 1989 a/71. 19–21. pp.
- Longenecker, J. G., McKinney, J., Moore, C. W.*: Ethics in Small Business. Journal of Small Business Management. 1989 b/27. 27–31. pp.
- Moore, A. D.*: Regulatory Mechanisms in Respect of Entrepreneurial Medicine. Australian Business Law Review, 1988/16. 4–44. pp.
- Nyav, Mee-Kau, I. Ng.*: A comparative Analysis of Ethical Beliefs: A Four Country Study. Journal of Business Ethics, 1994/13. 543–555. pp.
- Pratt, C. B., James, E. L.*: Advertising Ethics: A Contextual Response Based on Classical Ethical Theory. Journal of Business Ethics, 1994/13. 455–568. pp.
- Puffer, S. M.–McCarthy, D. J.*: Finding the Common Ground in Russian and American Business Ethics. California Management Review, 1995/37. 29–46. pp.
- Radaev, V.*: Some Features of the Normative Behavior of the New Russian Entrepreneurs. Problems of Economic Transition. 1994/37. 17–28. pp.
- Reiley, B. J.*: Meta-Ethical Reasoning: Applied to Economics and Business Principles. American Journal of Economics and Sociology, 1994/53. 147–162. pp.
- Schaupp, D. L.–Lane, M. S.*: Teaching Business Ethics: Bringing Reality to the Classroom. Journal of Business Ethics. 1992/11. 225–229. pp.
- Schoenfeldt, L. F., McDonald D. M., Youngblood S. A.*: The Teaching of Business Ethics: A Survey of AACSB Member Schools. Journal of Business Ethics. 1991/10. 237–241. pp.
- Sethi, S. P.*: A Conceptual Framework for Environmental Analysis of Social Issues and Evaluation of Business Response Patterns. Academy of Management Review, 1979/1.
- Small, M. W.*: Attitudes towards Business Ethics Held by Western Australian Students: A Comparative Study. Journal of Business Ethics, 1992/11. 745–752. pp.
- Smith, P. L., Oakley, E. F.*: A Study of the Ethical Values of Metropolitan and Nonmetropolitan Small Business Owners. Journal of Small Business Management., 1994/32. 17–24. pp.
- Stevens R. E., Harris, O. J., Williamson, S.*: A Comparison of Ethical Evaluations of Business School Faculty and Students: A Pilot Study. Journal of Business Ethics 1994/12. 611–619. pp.
- Ulrich, P., Thielemann U.*: How do Managers Think about Market Economies and Morality? Empirical Enquiries into Business-Ethical Thinking Patterns. Journal of Business Ethics, 1993/12. 879–898. pp.
- Vitell, S. J., Nwachukwu, S. L., Barnes, J. H.*: The Effect of Culture of Ethical Decision Making: An Application of Hofstede's Typology. Journal of Business Ethics, 1993/12. 753–760. pp.
- Wilson, E.*: Social Responsibility of Business: What are the Small Business Perspectives? Journal of Small Business Management, 1980/7.
- Wimbush, J. C.–Shepard, J. M.*: Toward An Understanding of Ethical Climate: Its Relationship to Ethical Behavior and Supervisory Influence. Journal of Business Ethics 1994/13. 637–647. pp.
- White, L. P., Rhodeback, M. J.*: Ethical Dilemmas in Organization Development: A Crosscultural Analysis. Journal of Business Ethics, 1992/11. 663–670. pp.

E számunk szerzői:

Dr. FÜLÖP Gyula egyetemi docens, Miskolci Egyetem; **Robert D. HISRIC**H tanszékvezető egyetemi tanár, Case Western Reserve University, Cleveland; **Emerich SOLYMOSSY** Ph.D. hallgató, Case Western Reserve University, Cleveland; **SZEGEDI Krisztina** egyetemi tanársegéd, Miskolci Egyetem; **Dr. DOBÁK Miklós** a közgazdaságtudomány kandidátusa, tanszékvezető egyetemi tanár, BKE; **Dr. TARI Ernő** kandidátus, egyetemi docens, BKE; **MÁRKUS Csaba** Ph.D. hallgató, Maastrichti Egyetem; **Dr. KAUCSEK György** tudományos főosztályvezető, Munkaügyi Kutatóintézet, Bp.; **Dr. TERNOVSZKY Ferenc** docens, tanszékvezető, Külkereskedelmi Főiskola; **Dr. BECKER Pál** gazdasági főigazgató, BKE; **Dr. Mary M. CROSSAN** adjunktus, Richard Ivey Menedzserképző kar, Nyugat-Ontariói Egyetem, London, Kanada; **Henry W. LANE** egyetemi tanár, Richard Ivey Menedzserképző kar, Nyugat-Ontariói Egyetem, London, Kanada; **Dr. Roderick E. WHITE** docens, Richard Ivey Menedzserképző kar Nyugat-Ontariói Egyetem, London, Kanada; **Leo KLUS** tanácsadó, Mercer Menedzsment Tanácsadó Intézet, Torontó Kanada.