

PAVEL MIKUŠ

## PODNIKATEĽSKÁ ETIKA V KONTEXTE JEJ PRIENIKU DO EKONOMIKY

### APLIKOVANÁ ETIKA

Podnikateľská, teda aplikovaná etika „je fenomén, ktorý najmä v poslednom období zaznamenáva obrovský rozmach”<sup>1</sup>.

Aplikovanú etiku môžeme definovať ako sústavu noriem, zásad a princípov mravného, morálneho a spoločensky vhodného, teda únosného správania sa ľudí. Jej zásady uplatňujeme v každodennom osobnom, spoločenskom, politickom, ekonomickom a podnikateľskom živote. „Motorom, ktorý poháňa všetky aktivity vo firme je spokojnosť zákazníka”<sup>2</sup>.

Ide tu o aplikovanú etiku. Z hľadiska obchodno – podnikateľských vzťahov hovoríme o tzv. „podnikateľskej etike”<sup>3</sup>.

Tá sa uplatňuje v celom priereze ekonomických aktivít, ako :

- a) Etika organizácií, inštitúcií, podnikov a firiem,
- b) Podnikanie a spoločenská zodpovednosť  
– Morálka na trhu  
– Morálka riadenia (manažérska morálka)
- c) Povinnosti zamestnancov

---

DR PAVEL MIKUŠ – Katolícka Univerzita v Ružomberku, Katedra manažmentu, Popradské nábrežie 15, Poprad, e-mail: [pavelm16@atlas.sk](mailto:pavelm16@atlas.sk)

<sup>1</sup> H. Čierna, *Podnikateľská etika*, UMB B. Bystrica, 2001. s. 17.

<sup>2</sup> Tamže, s. 54.

<sup>3</sup> MARZEC, P.: *Sociálna zodpovednosť obchodnej spoločnosti na medzinárodnom trhu W: Disputationes scientifcae universitatis catholicae*, Ružomberok: Katolícka Univerzita 2005. str. 141-143.

- Závazky
- Konflikt záujmov
- Dary a úplatky
- Obchodné tajomstvá, patenty
- Úprimnosť v komunikácii
- d) Pracovno – právne vzťahy
  - Uprednostňovanie
  - Diskriminácia
  - Pracovná zmluva
- e) Práva a povinnosti zamestnancov
  - Kvalita práce
  - Časová disciplína
  - Odpočinok
- f) Etika v účtovníctve
  - Vzťah podniku a zákazníka, odberateľa
  - Kvalita produktu
  - Bezpečnosť produktu
  - Reklama
  - Životné prostredie
- h) Nadnárodné a mnohonárodné korporácie
  - Globalizácia

Toto všetko je záujmovou sférou podnikateľskej etiky. Preto chápeme existenciu podnikateľskej etiky a jej uplatňovanie v organizácii za prospešné a cieľavedomé formovanie organizácie, udržiavanie a zveľaďovanie dobrých vzťahov subjektu k svojmu publiku, harmonizovanie záujmov, čo je jedným zo základných princípov fungovania organizácie.

„Dobré vzťahy k ľuďom bez mravného aspektu nie sú možné“<sup>4</sup>.

Dodržiavaním etických a morálnych zásad sa organizácia dištancuje od manipulácie, klamania, nesprávnej propagandy, vydierania.

Rešpekt voči ľudským právam. Najzákladnejšia zásada profesionálnej činnosti, ktorá vychádza z „Všeobecná deklarácia ľudských práv“. „Etické kódexy všetkých organizácií kladú tieto princípy elementárnej ľudskosti na prvé miesto“<sup>5</sup>.

Rešpektovanie štandardných služieb. „Firma, resp. pracovník je povinný poskytovať maximálne kvalitné služby, rady a pomoc klientovi,

<sup>4</sup> J. Oberuč, *Systém výchovy*. VA. Liptovský Mikuláš, 2004, s. 32.

<sup>5</sup> A. Remišová, *Podnikateľská etika: Úvod do problematiky*, Bratislava: Ekonóm, 1997.

zákazníkovi”<sup>6</sup>. Sú povinní ho vždy upozorniť na prípadné riziká určitej akcie, produktu, a to aj vtedy, ak by malo byť v ich neprospech, stratu alebo zníženie zisku. Ba i vtedy, ak odporúčané optimálne konanie by bolo v rozpore s osobným názorom konzultanta/poradcu.

Spravodlivý a čestný prístup. „Férový „prístup k všetkým druhom publika musí byť zachovaný. Skutočný profesionál sa nesmie zúčastniť na žiadnej činnosti, ktorá je nemorálna, nečestná, alebo by mohla poškodiť ľudskú dôstojnosť a integritu.

Čistota profesie. Profesionálny prístup znamená, že človek si uvedomuje podstatnú súvislosť medzi svojim vlastným správaním sa – dokonca aj v súkromí – a medzi celkovým obrazom o profesii, ktorý sa tak vytvára vo verejnosti. „Rozhodujúcou stránkou charakteru je mravná vychovanosť.”<sup>7</sup>

Verejný záujem. Hľadisko záujmu verejnosti je najvyšším hľadiskom výkonu profesie. Cieľom profesionálov je vybudovať také komunikačné kanály, ktoré by podporovali tok podstatných informácií a umožňovali ľuďom mať reálny pocit informovanosti, vplyvu na udalosti a z toho plynúcej spoločenskej zodpovednosti, ako aj solidarity s ostatnými členmi spoločnosti.

Rešpekt voči pravde. Zákaz vedome či z nedbanlivosti šíriť nepravdivé informácie, povinnosť v rámci dostupných možností preverovať pravdivosť a správnosť rozširovaných faktov a ich interpretácií. Nepripustnosť podriaďovania pravdy iným požiadavkám.

Deklarácia záujmov. Otvorenosť postupu, konania a správania sa, ciele a záujmy organizácie musia byť primerane deklarované, ako zábezpeka proti manipulácii.

Čestná spolupráca. Ak pracovník (manažér) spolupracuje s inými profesiami, musí rešpektovať ich zvyklosti, predpisy, princípy, pokiaľ nie sú v rozpore s kódexom jeho vlastnej profesie. V prípade rozporu treba odlišné stanoviská definovať ako konflikt záujmov a usilovať, sa v rámci možností, etického rámca a dobrej vôle dospieť k obojstrannému kompromisu.

Rešpektovanie tajomstva. Zákaz zneužívania vnútorných dôverných informácií získaných v súvislosti s výkonom funkcie na osobné alebo úzko skupinové, či nekalé ciele. Týka sa zamestnávateľa, zamestnanca ale aj klienta, a to súčasného, minulého, ale aj budúceho.

<sup>6</sup> P. Mikuš, M. Droppa, P. Budaj, *Vybrané problémy teórie manažmentu a marketingu*, Ružomberok: Katolícka Univerzita, 2006.

<sup>7</sup> M. Žilínec, *Étos a utváranie mravnej identity osobnosti*, Bratislava: IRIS 1995.

Vyhýbanie sa neprimeranému ovplyvňovanie. Povinnosť vyhnúť sa akémukoľvek nesprávnemu či nedovolenému vplyvu, napr. na súd, vládu, komunikačné médiá. (podplácanie, korupcia, vydieranie).

Vyhýbanie sa konfliktu záujmov. Morálka a etika sú úzko spojené, mnohokrát sa tieto pojmy zamieňajú.

„Etiku môžeme považovať za súbor pravidiel správania sa, konania človeka, teda ako teóriu morálky“<sup>8</sup>.

„Za morálne je považované správanie sa a konanie človeka, ktoré je v súlade s jeho svedomím a záujmami spoločnosti“<sup>9</sup>.

Jedna z najvšeobecnejších definícií morálky hovorí, že morálka je tá stránka ľudskej povahy, ktorá zaväzuje ľudí konať podľa určitých všeobecne ustálených pravidiel spoločnosti. Rozdeľuje ľudské konanie na dobré zlé, pričom nás nabáda konať dobro a vystríhať sa pred konaním zla. Úroveň cieľa morálky je výsledkom motivácie človeka a obrazom jeho ľudského konania, podmieneného okolnosťami. Spoločnosť má záujem vychovať dobrého dôstojného človeka ako svojho zodpovedného člena, ktorého konanie sa riadi pevnými a záväznými pravidlami morálneho života spoločnosti.

„Morálka, morálne zásady správania sú určitým prejavom správania sa jednotlivca ako súčasti spoločnosti, podľa zásad a pravidiel danej spoločnosti, ktoré túto spoločnosť charakterizujú a sú určitým prejavom stupňa vyspelosti spoločnosti. Morálne správanie je také, ktoré je v súlade so zásadami a základnými pravidlami, či už písanými, alebo nepísanými, ktoré sú v danej spoločnosti zaužívané a uplatňované. Výchovné pôsobenie na človeka, na jeho rozum, predstavy, postoje, city, vôľu, konanie a porozumenie iným, jednanie, musia „vyjadrovať súlad vôle a prejavu“<sup>10</sup>. Musia vyjadrovať všeobecne uznávané zásady etiky“.

„Človek je bytosť mravná...“<sup>11</sup> Pojem „dobré mravy“ nie je definovaný ani v Občianskom zákonníku. Je to preto, že podliehajú spoločenskému vývinu, ale aj preto, že vo všetkých jednotlivostiach by bolo ťažké ich vystihnúť. Vo všeobecnosti však možno hovoriť o pravidlách morálneho charakteru všeobecne platných v demokratickej spoločnosti, v ktorej sa

<sup>8</sup> J. Prucha, E. Walterová, J. Mareš, *Pedagogický slovník*, Praha: Portál 1995, s. 63.

<sup>9</sup> Tamže, s. 63.

<sup>10</sup> J. Oberuč, J. Rosoháč, *Teória výchovy v systéme pedagogických vied*, Michalovce: Renoma 2005, s. 29.

<sup>11</sup> J. Letz, *Filozofický základ objektívnosti etických noriem*, „Filozofia“, 50(1995), č. 2, s. 69.

uplatňuje a presadzuje vzájomná slušnosť, ohľaduplnosť a vzájomné rešpektovanie. Je to v podstate súhrn etických a kultúrnych pravidiel v spoločnosti všeobecne uznávaných. Činnosť namierenú proti uvedeným pravidlám možno preto označiť za činnosť proti dobrým mravom.

Morálka teda :

- Reguluje medziľudské vzťahy – človek k človeku, k sociálnej skupine, k národu, k celému ľudstvu a k prírode.
- Poukazuje na dobro / zlo, spravodlivosť / nespravodlivosť, čestnosť / nečestnosť
- Morálka je dvojdimenzionálny pojem : „JE a MÁ BYŤ.
- Morálka je výrazne historicky determinovaná
- Pôsobí v dvoch rovinách :
  1. „Vo všeobecnej – kedy sa rozvíjajú pozitívne hodnoty z minulosti
  2. V konkrétnej – môže prispievať k rozvoju už existujúcich kvalít”<sup>12</sup>.

„Funkcie morálky :

- Regulatívna – normy, hranice, inštitúcie,
- Hodnotiaco – normatívna – človek si na základe vyhodnotenia konkrétnej situácie stanoví normy, ktorými sa mieni riadiť,
- Poznávacia – musí poznať zásady spoločnosti, v ktorej chce pôsobiť
- Hodnotová – orientuje človeka vo výbere hodnôt, ktorými sa chce v živote riadiť
- Prognostická – sú to túžby a želania
- Motivačná
- Informatívna (komunikatívna) – človek prostredníctvom iných ľudí preniká do ich morálneho prostredia a spoznáva ho
- Výchovná – výchovný efekt pri formovaní človeka”<sup>13</sup>.

„Mravné vedomie je schopné oddeliť vonkajší mnohotvárný prejav správania a konania od jeho vnútorného zmyslu, duchovnej hĺbky a motivačnej štruktúry”<sup>14</sup>. Úlohou manažérov je pri rozhodovaní dávať do súladu protichodné hodnoty. Hlavné musia zvažovať nielen svoje vlastné prania a požiadavky organizácie, ale aj prania zamestnancov a spoločnosti.

<sup>12</sup> Prucha, Walterová, Mareš, *Pedagogický slovník*, s. 123.

<sup>13</sup> A. S. Luknič, *Štvrtý rozmer podnikania - etika*, Bratislava: SAP, 1994, s. 84.

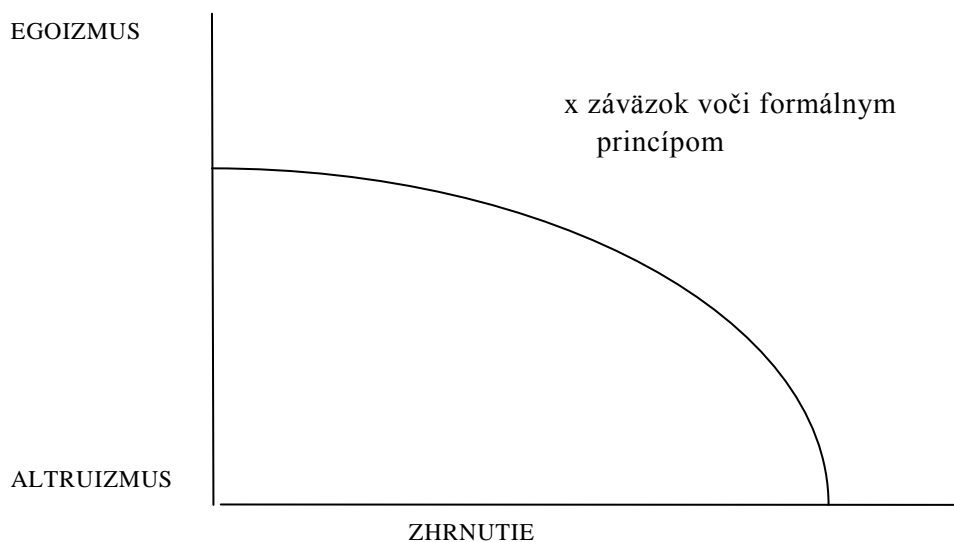
<sup>14</sup> Žilínek, *Ētos a utváranie*.

„Manažéri môžu mať chuť vykonať rozhodnutie, ktoré by im malo priniesť úžitok, ale nebolo by dobré pre organizáciu a spoločnosť“<sup>15</sup>.

Model etického správania sa, ktorý zahŕňa tri rozdielne východiská pre tvorbu etických pravidiel:

1. *maximum osobného prospechu – egoizmus* – celkom sebecký jednotlivec robí iba to, čo mu prináša najväčší osobný prospech. Vyhľadáva len to, čo mu prináša pôžitok a na druhej strane sa vyhýba tomu, čo by mu mohlo priniesť utrpenie. Takýto manažéri, ktorí sú ovplyvňovaní vlastným egoizmom, by mohli voliť také rozhodnutia, ktoré by im prinášali určité výhody ako finančné, osobnú, ale nenáležitú prestíž.
2. *maximum prospechu druhého* – altruizmus – altruistický manažér má snahu voliť také alternatívy, ktoré prinášajú prospech práve tým druhým. Manažér, ktorý by rešpektoval túto zásadu, by mohol rozlišovať dobré a zlé rozhodnutie podľa toho, koľko prinesie prospechu a úžitku iným.
3. *záväzok voči formálnym princípom* – je odrazom medzi oboma extrémami, egoizmom a altruizmom. Z egoistických aktivít a rozhodnutí má prospech jednotlivec a z altruistických má prospech spoločnosť.

Nesmieme však zabúdať, že kritériom pre určenie charakteru správania sa, sú vždy následky rozhodnutia.



<sup>15</sup> Mikuš, Droppa, Budaj, *Vybrané problémy teórie...*

Podnikateľská etika je disciplínou, ktorá skúma, čo je správne a nesprávne, dobré a zlé, morálne a nemorálne, resp. hodnotovo prijateľné, či neprijateľné, alebo sporné vo sfére podnikania.

Je založená na predpoklad dobrovoľného rešpektovania morálnych hodnôt a noriem v podnikaní, ako je zodpovednosť a čestnosť – a to „tak vo vzťahu k podnikateľským partnerom, akcionárom, spotrebiteľom, tak i k verejnosti“<sup>16</sup>. Úlohou manažérov je pri rozhodovaní dávať do súladu protichodné hodnoty. Hlavné musia zvažovať nielen svoje vlastné prania a požiadavky organizácie, ale aj prania zamestnancov a spoločnosti.

„Manažéri môžu mať chuť vykonať rozhodnutie, ktoré by im malo priniesť úžitok, ale nebolo by dobré pre organizáciu a spoločnosť“<sup>17</sup>.

Pretože sa očakávania spoločnosti a ich inštitúcií pravidelne menia, manažéri musia tieto zmeny trvale sledovať. „Čo je etické v súčasnosti, môže byť nedostatočné v budúcnosti“<sup>18</sup>.

#### LITERATÚRA

- Bláha J. A., *Etika jako věda*, Brno 1991.
- Čierna H., *Podnikateľská etika*. Bystrica: UMB B, 2001.
- Dudinská E., Novotná, L., Droppa, M., *Riadenie vzťahov so zákazníkmi v globálnej ekonomike*. Vydavateľstvo M. Vaška, Prešov, 2006.
- Dudinská E., Mikuš P., *Marketingová diagnostika podnikov v regióne východného Slovenska*, in. Zborník z vedeckej medzinárodnej konferencie Krakov: KSW, 2006.
- Hanuláková E., *Podnikateľská etika*, Bratislava: Eurounoin, 1997.
- Janotová H., Farkašová V., *Manažérska etika a komunikácia v podnikaní*. Žilina: EDIS, 2001.
- Letz J., *Filozofický základ objektívnosti etických noriem*, „Filozofia“, 50(1995), č. 2, s. 69.
- Luknič A. S., *Štvrtý rozmer podnikania - etika*. Bratislava: SAP, 1994.
- Marzec, P., *Sociálna zodpovednosť obchodnej spoločnosti na medzinárodnom trhu* W: Disputationes scientifcae universitatis catholicae, Ružomberok: Katolícka Univerzita 2005, s. 141-143.

<sup>16</sup> Čierna, *Podnikateľská etika*.

<sup>17</sup> E. Dudinská, L. Novotná, M. Droppa, *Riadenie vzťahov so zákazníkmi v globálnej ekonomike*, Prešov: Vydavateľstvo M. Vaška, 2006.

<sup>18</sup> S. P. Robbins, M. Coulter, *Management*, Praha: Grada Publishing, 2004. s. 139.

- Mikuš P., Droppa M., Budaj, P., *Vybrané problémy teórie manažmentu a marketingu*, Ružomberok: Katolícka Univerzita, 2006.
- Mikuš P., Droppa M., *Manažment inováčnej zmeny*. Studia Scientifica Facultatis Pedagogicae, Ružomberok: Katolícka univerzita, 2005.
- Oberuč J., *Systém výchovy*, Mikuláš: VA. Liptovský 2004.
- Oberuč J., Rosoháč J., *teória výchovy v systéme pedagogických vied*. Michalovce: Renoma 2005.
- Prucha J., Walterová E., Mareš, J., *Pedagogický slovník*, Praha: Portál 1995.
- Remišová A., *Podnikateľská etika: Úvod do problematiky*, Bratislava: Ekonóm, 1997.
- Remišová A., *Podnikateľská etika v praxi - cesta k úspechu*. Bratislava. POS, 1999.
- Robbins S. P., Coulter M., *Management*, Praha: Grada Publishing, 2004.
- Švec Š., *Metodológia vied o výchove*. Bratislava: IRIS 1998.
- Žilínek, M., *Étos a utváranie mravnej identity osobnosti*, Bratislava: IRIS 1995.

## ETYKA HANDLOWA W KONTEKŚCIE WEJŚCIA W GOSPODARCE

### Streszczenie

Istnienie i rozwój spółki wymaga – między innymi – istnienia określonych i precyzyjnych praw i obowiązków poszczególnych zachowań w firmie. Zapisane są tu prawne normy zachowań ludzkich i aktywności. Normy te są dostosowane, skorygowane i regulują ludzką działalność.

Zestawione tu normy prawne mają charakter ogólny. Są zmodyfikowane przez społeczeństwo i stanowią część jego życia. Normy prawne decydują o tym, jakie powinno być zachowanie i działanie. Naruszanie norm sankcjonuje innymi normami prawnymi.

## BUSINESS ETHICS IN CONTEXT OF THE ENTRANCE INTO ECONOMY

### Summary

The company existence and development require – inter alia – the existence definite rights and duties of individual behavior in the company. It is considering



legal norms of human behavior and activity in written form. Norms are adjusted and regulated human activity. It is compiled in legal norms and they have general character. They are part of social life, modified by society.

Legal norms determine behavior and activity as should be. Infringe the norms is sanctioned by others legal norms.

**Słowa kluczowe:** Etyka, etyka handlowa, moralność, edukacja moralna, zastosowanie etyki, fundamentalne zasady etyki, zasady etyki handlowej, poziomy wejścia etyki w gospodarkę.

**Kľúčové Slová:** Etika, podnikateľská etika, morálka, výchova k morálke, aplikovaná etika, základné zásady etiky, pravidlá podnikateľskej etiky, úrovne prieniku etiky do ekonomiky.

**Keywords:** Ethics, business ethics, morality, morality education, applied ethics, fundamental ethics principles, rules of business ethics, levels of the ethics entrance into economy.