Poslovna etika

5. predavanje

OSNOVNA PITANJA POSLOVNE ETIKE

Kao što smo ranije kazali, Poslovna etika je grana primenjene etike I proučava šta je dobro I ispravno za posao.

1/ Da li korporacija može nositi odgovornost u sferi etike

Iako neki mislioci tvrde da su samo ljudi/osobe/lica sposobni za moralnu odgovornost, u punom smislu, jer ista pretpostavlja sposobnost razmišljanja, intencija I donošenja autonomnih odluka, kao izraz slobode, drugi autori (Kenneth Goodpaster, John Mettheus), odgovaraju da se, premda korporacija nije osoba/lice u doslovnom smislu reči, ona ipak sastoji od osoba/lica. Ako vež govorimo da ona ima ciljeve, vrednosti, strategiju, organizacionu strukturu, imovinu kojom odgovara u pravnom prometu..autori se pitaju zašto nebismo govorili I o korporativnoj savesti? Pomenuti je autorismrštaju u ruke njihovih menadžera.

Kako se vlasništvo razdvaja od upravljanja I kontrole, korporacije se sve manje čine kao instrumenti svojih vlasnika, a više kao autonomni entiteti sposobni za sopstvene ciljeve I odluke.

2/ U čemu je glavna odgovornost kompanija?

Tradicionalno se smatra da je glavna odgovornost biznisa proizvodnja dobara I usluga, te njihova prodaja za profit, ali se sve više od biznisa traži, ne samo da se uzdržava od toga da nanosi štetu društvu u najširem smislu, nego da aktivno I direktno doprinosi javnom dobru..

Norman Bowie smatra da korporacije trebaju težiti profit, poštujući moralni minimum ispod kojeg je neprihvatljivo delovati..Takođe, mišljenja je da profit treba da bude nusprodukt ostalih korporativnih ciljeva I da etičke relacije između korporacije I njenih interesnih deoničara (nosilaca interesa/stakeholders-a), nameću dužnosti obema stranama.

Otuda proizilazi da korporacije nisu samo ekonomske institucije, nego I instrumenti socijaljne politike I promene.

3/ Uloga zaposlenika, kao najvažnijih grupa nosilaca interesa?

Tradicionalan pogled u vezi obligacija između kompanija I njenih zaposlenika podrazumeva slobodan dogovor ili ugovor dveju strana, na obostranu korist. Prema tom ugovoru, primarna je odgovornost poslodavca isplata poštenih plata. Za uzvrat, zaposleni duguju korporaciji odgovarajuće obavljanje rada, lojalnost I poslušnost. Obe strane mogu bilo kada prekinuti ugovor, što je zamišljeno kao dovoljna zaštita interesa obeju strana..Koja su dodatna etička prava zaposlenika? Ovo je potpunije istražio Donald Dusko, koji je pokušao da razgraniči “pravo na rad” I “ pravo na smisleni rad”.

Pravo na rad je primereno socijalističkim društvima, što je u suprotnosti sa prilikama slobodnog tržišta.

-Pravo na smisleni rad zaposlenicima daje pravo na sigurno I zdravo radno okruženje, što bi trebalo da nadilazi pravo vlasnika na maksimalni profit.

-Zatim, pravo je radnika na poštovanje procedura u pogledu premeštanja na niži položaj ili u pogledu otpuštanja.

-Nadalje, radnici treba da imaju pravo na jednak tretman, bez obzira na pol, rasu, veru, znači zabrana je diskriminacije

-Takođe, radnici imaju prava na privatnost, slobodu od uznemiravanja..

-Imaju pravo na platu za život, kao I prava na nadoknadu u slučaju povrede na radu…

-Pravo na slobodu govora dobija sve više na pažnji.

4/ Povremeno se dešava da zaposlenik otkrije ili biva pitan da participira u aktivnosti kompanije, za koju sam smatra da je neetična ili ilegalna. On može izabrati da razotkrije takvu aktivnost ili nekome na višem položaju u kompaniji (unutrašnje zviždanje), ili javnosti (vanjsko zviždanje). Postavlja se pitanje imaju li zaposleni pravo, ili I dužnost “duvati u zviždaljku” na nepravedna dela u kompaniji? Nadalje, trebaju li dobiti zakonsku zaštitu od osveta poslodavca (otpust, napad na lični integritet..)

Ralph Nader preporučuje da ovo razotkrivanje bude aktivno ohrabreno kao čin poboljšanja korporativne odgovornosti.

Drugi se autori snažno protive, smatrajući da bi to ugrožavalo dužnosti zaposlenih prema poslodavcu.. Sam zakon ne zahteva od zaposlenog da izvršava naredbe koje su ilegalne ili nemoralne, ali I ne ovlašćuje zaposlene da otkriju javnosti takve zapovedi, niti ih štiti od osveta ako to učine…

R.De George tvrdi da razotkrivanje nezakonitih I nemoralnih aktivnosti može biti moralno dopustivo samo ako: a/ je prisutna pretnja ozbiljnom fizičkom štetom I b/ kada je zaposleni

iscrpio sve kanale unutar kompanije u pokušaju da se ispravi problem

Drugi autori (Gene James)drži da I seksualno uznemiravanje, prevara ili napad na privatnost , takođe , opravdavaju “dojavljivanje”, I da je ono češće obavezujuće..Zaposlenici koji su svesni potencijalnih štetnih posledica nekog korporativnog čina I koji ga odluče ne-razotkriti, snose deo odgovornosti z ate posledice.

Ako je funkcija posla proizvoditi pouzdani proizvod I uzdržavati se od nanošenja šteta sojim akcionarima, baš kao I ostvarivanje profita, tada se može govoriti o tome kako se vrhovni menadžment, a ne zviždači, ponašaju protiv interesa svojih kompanoja, ako ne procesuiraju takvo negativno ponašanje.

KORPORACIJA U DRUŠTVU

1/ Govorimo o odnosu biznisa prema potrošačima s obzirom na etičke aspekte marketinga I prodaje, te s obzirom na sigurnost proizvoda.

Praktično, sistem funkcioniše, ako: a/ nema prevare I potrošač dobija prikladnu I tačnu informaciju o proizvodu na tržištu, kako bi sam doneo racionalnu tržišnu odluku.

b/ je potrošač slobodan da odabere šta će kupiti.

2/ Zatim, uočavamo problem odnosa biznisa prema zaštiti životnog okruženja

3/ Problem poslovanja multinacionalnih kompanija a/ nameću američku, a guše lokalnu kulturu, b/ često ne deluju u interesu zemalja u kojima posluju, tako npr., da bi sebi osigurale sigurnu ulagačku klimu, nameću malim zemljama autoritarne I represivne režime, gušeći, pri tome, lokalna preduzeća. c/ pred menadžerima multinacionalnih kompanija su uveliko prisutne dileme u pogledu podmićivanja, ucena, a posebno javnih službenika. Ova je pojava u mnogim zemljama neophodna za uspečno dobijanje I vođenje posla, d/ Zavisnost od stranih investicija I kapitala, ostavlja male zemlje nemoćnim I ranjivim. Kod nas je porez na dohodak 10% progresivno, porez na dobit 9%, I iznosi 15%ukupnih poreskih prihoda. PDV je 20% (za hranu 10%) I čini 53% ukupnih poreskih prihoda. Akcize se plaćaju za robu sa neelastičnom tražnjom(cigarete, alkohol, gorivo..).. načelno, mi smo zemlja sa relativno niskom stopom poreza na dobit I zato I privlačimo investicije…e/ deluju često bez potrebnog poštovanja bezbednosnih I sigurnosnih mera, uz pribavljanje jeftine radne snage..

BUDUĆI KORPORATIVNI ETOS

Novi problemi se razvijaju zavisno od rasta novih sektora, tehnologija..:

1/problem oko pojedinih ulagača

2/problem oko finansijskih izveštaja

3/problem oko zdravstvene industrije

4/problem etike u odnosu na informatičko doba I konkurantsku tehnologiju..

Legitimnost biznisa još uvek počiva na javnom uverenju u njegov doprinos dobrom društvu. U poslednje dve decenije ovo se poverenje smanjilo, te se sada od biznisa očekuje da bude odgovoran nizu učesnika.

Kada govorimo o nivou etičnosti korporacije, Andrew Singer primećuje da postoji uži I širi smisao etike koja se primenjuje na korporacije. Uži smisao pokriva problem tipa:

* Uzimanja mita
* Krađe
* Seksualnog uznemiravanja

U širem smislu, etika uključuje:

* Afirmativno delovanje
* Opunomoćivanje zaposlenih (davanjem slobode I ujedno nametanjem odgovornosti za postupanje)
* Zapošljavanje teških invalida I drugih rizičnih grupa..

Prema Singeru, postati etičan je poslovna odluka. Kada etičnost prestane biti korisna, etika se odbacuje…Ali, Driscoll I Hoffman ne bi ovaj pogled smatrali odgovarajućim.

NUŽNOST POSLOVANJA I POTREBA ZA POSLOVNOM ETIKOM

Etika poslovanja je celina prihvatljivih oblika delovanja u poslovnim kompanijama, ili ukupnost načela I standarda koji određuju prihvatljivo ponašanje u poslovnim organizacijama I afirmisanje društvene odgovornosti.

Prihvatljivi oblici delovanja su određeni:

* Klijentima
* Svim učesnicima u tržišnoj konkurenciji
* Zakonskom regulativom
* Interesnim skupinama
* Javnim mnijenjem
* Ličnim moralnim vrednostima I načelima svake pojedinačne osobe

Društvena odgovornost je obaveza svihkoji posluju da maksimiziranjem profita, maksimizirajui pozitivan uticaj svog poslovanja na društvo, a da minimiziraju negativan uticaj. Društvena se odgovornost odnosi na širi kontekst unutar kojeg se, kao moralno ispravan, ili ne, procenjuje totalitet poslovanja u odnosu na totalitet društva.

Šta je moralna ispravnost u poslovnoj etici?

Osnovna moralna ispravnost u poslovnoj etici, uglavnom se sastoji od:

* Dobrih poslovnih običaja, čije se posštovanje smatra elementarnom pristojnošću ili kultivisanošću
* Većina je tih dobrih poslovnih običaja kodifikovana u zakonima , uredbama I drugim podzakonskim aktima, te u pojedinačnim etičkim kodeksima, kao I etičkim kodeksima pojedinih grana poslovanja I struka

Prema tome, minimum moralne ispravnosti u poslovanju I poslovnoj etici, čine zakonska ograničenja.

Koja je uloga etike u poslovanju?

Kao prvo, potrebno je uvideti kako problem I rešenja poslovne etike nadilaze pravnu regulativu poslovanja, kao I ekonomsku dimenziju (profit kao cilj) poslovanja.

Moralna dimenzija poslovanja izgrađuje odnose POVERENJA.

Zapravo, reč je o jednostavnom odnosu:

a/ prepuštanja odgovornosti osobama I timovima da sami odrade određeni posao,(supsidijarnost)ili

b/ nemešanja u odluke nadređenih ili kolega, kada oni te poslovne odluke mogu doneti sami

(solidarnost)

Dakle, mera prisutnosti solidarnosti I supsidijarnosti, najbolje pokazuju postojanje mere poverenja.

OSNOVNA PITANJA KORPORATIVNE SOCIJALNE ODGOVORNOSTI

Zasigurno postoji društvena odgovornost kompanije, a možemo kazati da se ona sastoji ili u zadovoljenju interesa vlasnika-akcionara, I ogleda se u postizanju profita (Friedman), ili u zadovoljenju interesa šireg kruga nosilaca interesa I u dugoročnom stvaranju vrednosti za vlasnike (R. Edward Freeman).

Kennet E. Goodpaster ukazuje na “paradox nosilaca interesa- stakeholders-a”.

Naime, čini se nelegitimnim usmeravati korporativne odluke na osnovu moralnih načela koja nadilaze strateške interese vlasnika-akcionara, a u smeru brige za interese stakeholders-a, uopšte. Naime, moralnost istovremeno I zabranjuje I zahteva način razmišljanja usmeren na profit.

Evropsku poslovnu etiku, za razliku od one koja je prisutna u SAD-u, karakterišu:

a/ uravnoteženi dogovori, a ne odnos “pobednik-gubitnik”

b/ politička kultura pregovora I dogovora

c/ kooperativni menadžerski kapitalizam (A.J.Chendler Jr.), ili socijalna tržišna ekonomija ( H.van Lujik), naspram u SAD-u, konkurentski menadžerski kapitalizam, ili u V.B. personalni kapitalizam.