Poslovna etika

10. Predavanje

UTICAJ EVROPSKIH KULTURA NA POSLOVNU ETIKU I KORPORATIVNU

DRUŠTVENU ODGOVORNOST

Oxfordski rečnik poslovanja prepoznaje I priznaje uticaj kulturne sredine (okruženja) na poslovanje , I to na taj način da utiče na

* Preferencije (želje, potrebe)
* Ponašanje (prakse).

Uobičajeno se moralne vrednosti smatraju delom vrednosnog sistema, kao dela kulture.

Sa druge strane, kultura se , kao skup svakodnevnih rutina I standardnih procedura može razumeti kao deo etike.

 POSLOVANJE KULTURA

 POSLOVNA ETIKA OPŠTE JAVNE

 ETIČKE NORME

Svim kulturama u Evropi su zajedničke barem tri osobine.

1/ poslovna etika I korporativna društvena odgovornost su u Evropi konsekvencijalističke, ili čak I pragmatične, na način da se modificira utilitaristički pogled na dobrobit I štete. (Demosten: svaki se napredak u prošlosti ceni u svetlu finalnog ishoda. Konsekvencijalizam je normativna etička teorija, prema kojoj su konsekvence osnova za prosuđivanje o tome da li je nešto ispravno ili ne).

2/ Poslovna etika I KSO su okrenuti prema odgovornosti zajednici I opštem dobru, te socijalnoj sferi

3/ Poslovna etika I KSO su oblikovane širim kontekstom (pravnim, političkim, ..), otuda se govori I o etici brige, etici diskursa-razgovora,analize; političkoj etici…

Teoretska preporuka je, otuda:

Snažan uticaj culture na poslovanje, ne čini poslovnu etiku I KSO u Evropi, više ili manje moralnijom od onih u Sad I li u Japanu.

Odlučujuće je to da evropsko nasleđe I mnogi oblici života moraju biti uzeti u obzir, ako se želi u potpunosti razumeti evropsko poslovanje, poslovna etika I KSO.

Teorija interesnog deoničarstva je pretpostavka razumevanja evropskog načina poslovanja.

Praktična preporuka:

Ljudi su u poslovanju u Evropi zaista opredeljeni zahtevom za profitabilnošću, legalnošću I moralnošću, kao I u drugim delovima sveta, ali I snažnim zahtevom za očuvanjem I unapređenjem kulturnog identiteta.

Mesto susreta moralnog kriterijuma I kriterijuma ekonomske efikasnosti je predmet razmatranja poslovne etike. Strateški su prioriteti svakog poslovnog subjekta maksimiziranje dobiti, proširenje tržišnog udela, smanjenje troškova, što, po pravilu, bitno utiče na moralne stavove učesnika u poslovnom okruženju. Poslovnoj se etici danas pristupa sa stanovišta tri međusobno konkurentske teorije. Ekonomske, sociološke I teorije ljudskih prava.

1/Ekonomska teorija morala ili “moralni kapitalizam” zastupaju Stephen Yung I njegovi sledbenici, koji ističu mirenje I korišćenje privatnog interesa za zajedničko dobro. Nemoralni ljudi s vremenom će biti isterani sa tržišta zato što ljudi ne prihvaćaju njihovo ponašanje.

2/Sociološka teorija ( Mark Timmons, Elvio Baccorini, Peter Ulrich) zastupaju integrativnu etiku, koja se zasniva na kontekstualizmu, racionalnom konsenusu I društvenoj odgovornosti. Reč je o konceptu zasnovanom na individualnoj spremnostisvih aktera u privredi da svoju stratešku orjentaciju usmeravaju ka uspehu, u konfliktnom slučaju podvrgnu uslovima legitimnosti, pravednog života u državi u kojoj se lična I poslovna etika međusobno dopunjuju.

3/ Teorija ljudskih prava ( Amartya Sen) polazi od nivoa individualnih sloboda I blagostanja kojima se pridodaje I kolektivni moral koji proizilazi iz racionalnog promišljanja I racionalnog kolektivnog odlučivanja.

MENADŽERI I DILEME ( POSTUPANJA, MORALNE, ETIČKE I METAETIČKE DILEME)

Svaki čovek kao nosilac određene pozicije koja mu nameće određena prava I obaveze, na tu poziciju dolazi I sa sopstvenim ubeđenjem o nizu pitanja sa kojima se na toj poziciji susreće. Znači, ima svij moralni stav o tome da li je određeno ponašanje koje pozicija od njega zahteva, dobro ili zlo, ispravno ili neispravno.

To se odnosi I na nosioce funkcija dužnosti direktora, odnosno članove odbora direktora kompanije I menadžere, kao izvršne direktore.

Njihove osnovne dužnosti, u skladu sa pravom, jesu:

1/ dužnost pažnje, shvaćena kao dužnost donošenja odluka (odn. učestvovanja u donošenju istih) pažnjom dobrog privrednika u razumnom uverenju da je to u najboljem interesu kompanije.

Činjenica da se traži postupanje pažnjom dobrog privrednika ukazuje na to da se zahteva konkretno upoređivanje ponašanja prema apstraktnom standardu (kako se dobar privrednik prosečno ponaša u datoj situaciji).

Ukazivanje da treba delovati u razumnom uverenju, zapravo uključuje kategoriju razuma kao kriterijuma donošenja ispravne, tj. moralne odluke., te se na ovom mestu uključujemo u etičke teorije koje smatraju da su odluke donete uz rukovođenje kriterijumom razuma, zapravo moralne odluke ( kognitivan pristup etičkom odlučivanju).

Kako se zahteva da se odluka donosi I u najboljem interesu kompanije, jasno je da smo u prisustvu posledične etičke teorije (utilitarističke), sa aspekta kruga subjekata, a sa aspekta odgovora na pitanje “šta je dobra posledica”, ista se posmatra sa aspekta razumskog hedonizma.

2/ dužnost lojalnosti, u smislu da direktori ne smeju (a nije ni ispravno,nije moralno), da svoje interese stave iznad interesa kompanije u smislu da zloupotrebljavaju poslovne prilike, informacije, pozicije ili imovinu kompanije u sopstvenom interesu. Naše pravo na ovu dužnost nadograđuje institut izbegavanja sukoba interesa u kompaniji, odnosno obavezu prijavljivanja istog nadležnom organu.

3/ Dužnost zabrane konkurencije

4/ Dužnost čuvanja poslovne tajne...

Direktori se, gotovo svakodnevno,usvojim postupanjima susreću sa dilemama u smislu, da li su oni sami, ili krug subjekata na koje su preneli ovlašćenja, dovoljno stručni ili nisu za kompetentno odlučivanje; da li su operacije koje predlažu izvedive ili ne; da li su isplative ili ne; da li su dovoljno uspešne ili ne. Tako je moguće, da po svakom od ovih pitanja, oni lično, imaju jedan stav, a da se on ne podudara sa zahtevima pozicije koju zauzimaju. Tako, on lično smatra da nije stručan da u konkretnom slučaju donese određenu odluku, a pozicija nalaže da se opredeli zauzimanjem stava-rešenje može biti u angažovanju stručnog savetnika po konkretnom pitanju. Ukoliko smatra da odluka nije izvediva ili da neće biti uspešna, a drugi članovi odbora direktora imaju suprotno mišljenje, I ono pobedi u glasanju, te s odluka donese, njemu tada stoji na raspolaganju mogućnost izdvajanja mišljenja na zapisnik, kako ne bi bio pravno I moralno odgovoran za štetu koju bi kompanija izvršenjem takve odluke pretrpela; ćutanje se, u pogledu odgovornosti za naknadu štete smatra prihvatanjem. Ako bi se director našao u dilemi legalno ili nelegalno odlučivanje, I opredeli se za nelegalnu odluku, snosiće sve pravne posledice, a u pogledu etičkih posledica, otvaraju se dodatna pitanja. Tako, da li neka pravna odluka proizvodi neetičke posledice, a da je doneta kao ne-pravna ( nelegalna), otvorila bi se vrata etičnosti u budućnosti bi eventualno, moglo biti omogućeno nastavljeno legalno ponašanje. ( Npr., zbog tekuće nelikvidnosti, neizmirenje obaveza zna.i kršenje zakona, ali I očuvanje biznisa, kao takvog, I omogućavanje preživljavanja zaposlenika..). Mišljenja smo, ipak, da se legalno ne bi smelo dovoditi u obzir I da tu, zapravo nema dileme.

Zakoni su ti ,koji određuju krug slobode ili neslobode. Moralno ponašanje se može očekivati da se ispoljava samo iznad kruga zakona, koji propisuju šta se mora, sme, a sve iznad toga se može, a ne mora. U tom smislu I u tom kontekstu se ima razmatrati I etičnost odluka menadžera ( etička normativna dilema: moralnost ili nemoralnost)

Menadžer pri donošenju poslovnih odluka, određene karakterne osobine unosi, tj. inkorporira u ispunjenje dužnosti koje su mu propisane, ali I u one koje su u sferi moralnih, a pri svemu tome nastoji da odlukom proizvede posledice koje su u interesu po kompaniju. Tako, on može da zapadne u etičke dileme, u smislu: karakter- dužnost-posledica, tj. da li da se rukovodi svojim dtavom, ili dužnošću ili posledicama koje percipira. Nadalje, etička dilemma koja ga može potencijalno okupirati, jeste da li da prihvati monistički, ili pluralistički concept, tj. da li da vodi računa isključivo o interesima vlasnika kompanije, ili šire grupe nosilaca interesa. S obzirom da se ukazuje u propisima da se treba delovati u interesu kompanije, mišljenja smo da je kompanija širi pojam od njenih vlasnika.

Ukoliko se prilikom odlučivanja, menadžer susretne sa sukobom smerova delovanja, a pri primeni istog načela (korisnosti, ili prava ili pravičnosti), ili sa sukobom različitih načela, on se nalazi u moralnoj dilemi, kao I kada bi se našao u sukobu različitih I neretko nespojivih interesa akcionara-zaposlenih-lokalne zajednice…

Kada bi se konkretno postupanje ili moralni ili etički stav posmatrali iz ugla realnosti, racionalnosti, objektivnosti, institucionalizma kontektualnosti, normativnosti, govorili bismo o metaetičkoj analizi, odnosno dilemi .

Smatramo da kod donošenja odluka menadžeri treba da vode računa o jednom od vodećih moralnih načela, o načelu jednakosti. Jednakost zadovoljenja se može postići jednakošću raspodele, ili raspodelom prema zaslugama, ili prema potrebama., što su varijacije kriterijuma moralnosti unutar utilitarističke teorije, koja je u osnovi stakeholderske teorije korporativnog upravljanja.