Poslovna etika

8. predavanje

PROBLEM PRIRODE I ODGOVORNOSTI KORPORACIJE

Do kraja 20. veka korporacije su postale ključne svetske institucije. One ne samo da nisu uspele da reše, već su I povećale postojeće svetske probleme (siromaštvo, glad, ratovi, razaranja okoline, zdravstveni problem…)

Za vrednosni, normativni, pojam korporacije, ključna su svojstva, kao što su:

* Ograničena odgovornost akcionara
* Stabilnost kapitala, jer korporacija traje nezavisno od trajanja njenih osnivača
* Prenosivost akcija
* Centralizovan menadžment

Joel Bakan (2004.) ukazuje, vezano za problem narastajuće moći kompanija, da trebaĆ

1/ Unaprediti regulativni sistem , pri čemu uloga vlade treba ponovo biti prepoznata I legitimizirana

2/ Osnažiti političku demokratiju. Potrebno je da se afirmiše transparentno finansiranje, kako bi se onemogućila svaka protivzakonita, ili nemoralna veza između vlasti I korporacije

3/ Obnoviti javnu sferu života, kako bi se izbegli prikriveni sukobi interesa kada službenici vlade ne odgovaraju na potrebe građana jer je, I kada je to u sukobu interesa sa njihovom lojalnošću kompanijamakoje sui h finansirale tokom kampanje

4/ Potsticati izazove međunarodnom neoliberalizmu kako bi se promenile prakse WTO, IMF, Svetske banke, koje su zapale u tržišni fundamentalizam I uporno insistiraju na deregulaciji I privatizaciji.

Nije jasno može li korporacija biti shvaćena kao osoba koja izvršava moralna činjenja.

Goodpaster I Mattheus, nastoje pokazati kako postoji sličnost između individualnog I korporativnog delovanja. To bi značilo da neki (npr. menadžeri) odlučuju za sve članove korporacije I u ime cele korporacije. Ovo ima za posledicu to da se postupci korporacije smeju I trebaju moralno prosuđivati.

Na drugoj strani, mnogi smatraju da korporacija ne može imati moralnu odgovornost, jer je

ista posledica poverenja u “moralnu ruku tržišta” koja “moralizira”postupke kompanija.

Neki autori, poput Bakon-a, smatraju da je potrebna “vidljiva ruka vlade”, koja treba da osigura moralno postupanje korporacija, sprovođenjem ekonomskih zakona donetih od zakonodavnih tela.

Oba poslednja gledišta ne smeštaju moralnost u korporaciju.

Na pitanje gde je moralna odgovornost korporacije, odgovori mogu biti:

1/ Izvan korporacije

a/ tržište moralizira korporaciju ( tržišna teorija korporativne odgovornosti – marketing theory)

b/ vlada moralizira korporaciju (politička teorija korporativne odgovornosti – political theory)

c/ nevidljiva ruka menadžmenta, tj. udruženja korporativnih menadžera

2/ U korporaciji ( relativno vidljiva ruka menadžmenta – Goodpaster, Matthews)

a/ Društvena je odgovornost menadžmenta korporacije da uveća profit (Friedman, Hayek, Von Mises) – vlasničko- akcionarska teorija – stockholderska teorija

b/ Društvena je odgovornost korporacije (menadžmenta) zbilja, jer se radi o socijalnoj instituciji (Freeman, Carroll, Bucholt..) – Interesno – akcionarska teorija korporativne odgovornosti – stakeholderska teorija. Među interesnim akcionarima ima onih koji imaju interes vlasništva; interese zadovoljenja drugih prava – zaposlenih, prodavaca, ostalih saradnika..; opšti interes..

Ako je korporacija po prirodi privatna, onda se od nje ne može zahtevati I očekivati da ostvaruje I brine se za javno dobro.

Ako je korporacija po prirodi, polujavna, tada se od nje mođe očekivati I briga za opšte dobro, pri čemu ona I tu ima privatni interes.

N. Bowie u delu “New Directions in Corporate Social Responsibility”, tvrdi kako su korporacije potpuno private institucije, ali kako čak I u ime profite ne smeju delovati ispod određenog “moralnog minimuma”. On osigurava korporaciji mogućnost da zajedno sa vladom I drugim korporacijama deluje u pravcu rešavanja društvenih problema. Po njemu, profit nije osnovni cilj korporacije, već “usputni učinak”. Ona, tako, postaje sredstvom ostvarenja raznih društvenih politika.

Kod Archie-a Carroll-a I Buchholtz-a (2003) se susreće definicija društvene odgovornosti poslovanja, tako da ona ..”povezuje I ujedinjuje ekonomska, pravna, etička I filantropska očekivanja koje društvo ima s obzirom na institucije ( organizacije) u zadatom trenutku.”

KDO je deo korporativnog građanstva (corporate citizenship), koje se sastoji od:

1/ korporativne društvene odgovornosti, kojom se naglašava obligacija I odgovornost korporacije

2/ korporativne društvene sposobnosti odgovora, kojom se naglašava sposobnost delovanja

3/ korporativne društvene performanse, kojom se naglašavaju rezultati korporativnog društvenog delovanja.

Osnovni zahtevi prema korporaciji su :

* Proizvoditi sigurne proizvode! (jer ima obavezu prema kupcima!)
* Ne zagađivati tlo, vazduh I vodu! (jer ima obavezu ne nanositi štetu okolini!)
* Poslovati zakonski ! ( jer ima obavezu prema zaposlenicima I državi u kojoj posluje!)

 Izvedeni zahtevikorporacije su:

* Promovisati poštenje kod radnika!
* Držati se moralnih normi I zaštite na random mestu!
* Ne koristiti obmanjivanje kod oglašavanja!
* Ne vršiti diskriminaciju ni pod kojim uslovima!
* Reciklirati unutar kompanije!
* Nemati sumnjivih aktivnosti!
* Brzo reagovati na probleme kupaca!

Ko treba nadzirati korporaciju?

Mintzberg, ukazuje na sledećih osam gledišta:

1/ Poverite korporaciju menadžerima!

 (Trust It!), jer će oni svojim znanjima I motivom (credom) najbolje postići ravotežu

između ekonomskih I socijalnih ciljeva

2/ Poverite korporaciju spoljašnjem nadzoru! Nacionalizirajte je!, jer će jedino spoljašnji nadzor osigurati ostvarenje socijalnih ciljeva

3/ Obnovite akcionarsko vlasništvo I vlasnički nadzor nad korporacijom! Restore it!, jer će jedino vlasnici znati šta je najbolje za njihovo vlasništvo.

4/ Demokratizirajte korporaciju! Democratize it! Jer će demokratska načela I procedure koje vrede u sferi politike osigurati društvenu odgovornost korporacije!

5/ Regulate it! Regulišite rad korporacije, jer će delimični nadzor države pomoći da se ostvari društvena odgovornost.

6/Pressure it! Tj. izvršite društveni pritisak, jer će pritisak društvenih aktivista I pritisak javnosti značajno uticati na korporaciju!

 7/ Potstaknite CSR u korporaciji, Induce it! Jer će kompanija sama preduzeti mere CSR\_a, ukoliko se pokaže da je deo profitabilnosti, znači iako iz loših pobuda delovaće društveno odgovorno

8/ Ignore it! Neki tvrde da je cela rasprava suvišma I da je, stoga, treba ignorisati!

OSNOVNI MODELI KORPORATIVNE DEMOKRATIJE

1/Ako je fokus na upravnom odboru (bordu directors-a), razlikujemo

a/ radničku predstavničku demokratiju (evropski model, sadeterminacije ili radničkog suvlasništva, kada su uključeni unutrašnji zaposleni)

b/ pluralnu predstavničku demokratiju (američki model, kada su uključene spoljne interesne grupe)

2/ Ako je fokus na unutrašnjim procesima odlučivanja

a/ radničku participativnu demokratiju (radnički odbori, radnički saveti)

b/ pluralna participativna demokratija (prisutni su kod odlučivanja spoljni članovi ili povereništva za proizvode)

Postavlja se pitanje koja je prava ravnoteža između zaposlenikovog prava na privatnost na random mestu I prava poslodavca u nadzoru rada zaposlenih. Podaci sugerišu da u SAD-u barem 1/3 poslodavaca –velikih kompanija, nadziru rad zaposlenih tokom radnog vremena, a za pretpostaviti je da mnogi to čine I izvan prostora obavljanja rada.

Daljnji problemi uključuju:

* Testove integriteta I psihološke testove pri zapošljavanju
* Diskriminaciju po polu, dobi, nacionalnosti, boji kože, društvenom status, a pri zapošljavanju I tokom radnog vremena
* Korišćenje opijata tokom radnog vremena
* Testiranje na droge
* Dojavljivanje I otpuštanje zbog dojavljivanja

Nasuprot ovim teškoćama, mnoge firme, zbog prirode posla kojim se bave, nastoje izaći u susret svojim zaposlenima na način da rad prilagođavaju njihovim porodicama (family-friendly workplace).

Opšte usmerenje korporacija na ostvarenje dugoročnih vrednosti, a ne samo na maksimiziranje profita, uključuje I brigu za zaposlene, I to prilikom zapošljavanja, tokom radnog odnosa, kao I pri otpuštanju ili penzionisanju zaposlenog. Ta se briga može ostvariti na razne načine, a ako je cilj firme isključivo maksimiziranje profita, tada ni jedan etički kodeks ne može pomoći. Dugoročno ostvarivanje vrednosti, kao što su sigurnost na radnome mestu, zdravlje, sloboda od diskriminacije, I sl. Ima svoju ceneu, koju u krajnjem, plaća korporacija.

Iz gore navedenog, treba videti koliki je profit korporacije, kolika sredstva odvaja za sigurnost radnika, kako zapošljava, a kako otpušta radnika, da bismo zaključili o tome kakva je poslovna etika te korporacije I kakvo je njeno načelno usmerenje. Čitati samo njen etički kodeks nije dovoljno.