Poslovna etika

9. predavanje

Teorija interesnog akcionarstva moderne korporacije ( Freeman)

Teza kaže kako je moguće revitalizirati menadžerski kapitalizam zamenom postavke prema kojoj menadžeri imaju dužnosti prema vlasnicima, postavkom kako oni – menadžeri, imaju fiducijarni odnos

prema drugim nosiocima interesa. Trenutno aktuelna teorija firme, koja istu objašnjava nizom ugovora između vlasnika, činilaca proizvodnje I potrošača, zahteva reviziju, a srž pitanja je za čiju dobrobit I na čiji trošak kompanija treba biti upravljana?

Koji su razlozi napada na menadžerski kapitalizam?

1/Pravni argument

Osnovna je ideja menadžerskog kapitalizma ta, da je menadžment u beskompromisnoj poteri za ostvarivanjem interesa vlasnika, u zamenu dobio kontrolu nad firmom. Ali, kao rezultat promena u zakonskom sistemu, može se posmatrati davanje određenih prava onim grupama koje polađu zahteve na kompaniju, npr. potrošačima, prodavcima(dobavljačima), zaposlenima, lokalnoj zajednici, akcionarima, menadžmentu..

2/ Ekonomski argument

U svojoj čisto ideološkoj formi, menadžerski kapitalizam teži povećanju interesa akcionara

a/ Od industrijske revolucije, kompanije su tražile način kako da internalizuju korist I eksternalizuju troškove svog delovanja. Trošak moraju svi podnositi, kroz oporezivanje I propise, zato su se 1970-ih pojavile uredbe za zaštitu okoline .

b/ Slično, moralne se opasnosti pojavljuju kada kupac robe ili usluge prosledi trošak te robe ili usluge. Nema potsticaja za štednju kako od proizvođača, tako ni od kupca/korisnika. Institucionalizacija prakse plaćanja od trećeg lica (osiguravajuća kompanija) u zdravstvu, najinteresantniji je primer.

c/ Moć monopola I opasnosti od zloupotreba tržišne moći takođe dovode do potrebe uređivanja menadžerskih aktivnosti.

Sve više pomenutodovelo je do veće spoljašnje kontrole menadžerskog kapitalizma. U skladu sa tim, de facto, postoji zabrana delovanja menadžera u interesu akcionara.

Među grupama interesnih deoničara, potrošači sun a samom vrhu, sa osnovnim pravima:

* Na sigurnost proizvoda
* Na informaciju o proizvodu
* Na izbor
* na oglašavanje o konzumaciji

Okolina, kao interesni deoničar, nameće rešavanje ključnih problema:

* uništavanje biljnog I životinjskog fonda
* zagađenje tla, vazduha, biljaka I životinja
* širenje ljudskih staništa kojima se ugrožavaju ekosistemi

Društvena zajednica očekuje da korporacije na nju pozitivno deluju:

* donacijom talenata I vremena menadžera I zaposlenih za potrebe lokalne zajednice
* novčanim donacijama sa ciljem podrške lokalne zajednice

Ključni korisnici u društvenoj zajednici su naročito institucije edukativne, zdravstvene I socijalne zaštite I pomoći, culture, umetnosti, podržavanje građanskih inicijativa.

Korporacije ostvaruju negativan uticaj na društvenu okolinu:

* zatvaranjem postrojenja, čime zaposlenici gube radno mesto
* premeštanjem postrojenja ili delova istog na drugu lokaciju, neretko nedostupnu zaposlenima.

Interesi zaposlenih su da:

* ne mogu biti otpušteni bez pravnog osnova
* da se sa njima pravedno postupa
* imaju pravo na slobodu govora
* imaju pravo na privatnost, sigurnost I socijalnu zaštitu

Pri svemu tome, zabrana je diskriminacije pri zapošljavanju, tokom radnog vremena, pri otpuštanju, zbog afirmativnog delovanja, kako bi se suzbila postojeća diskriminacija.

Vlasnici kao interesni deoničari

U pogledu odnosa sa vlasnicima (investitorima), korporacija treba da ažurno vodi svoje Internet stranice I da njima obaveštava o istoriji kompanije, vlasničkoj strukturi, finansijskim izveštajima, ključnim finansijskim pokazateljima, personalnom sastavu menadžmenta sa njihovim radnim biografijama, kodeksu korporativnog upravljanja, podacima o nadzornom odboru…

PRINCIPI DOKTRINE POŠTENOG UGOVORA

1/ Princip ulaza I izlaza – svaki ugovor mora imati jasno definisan ulaz, izlaz, I uslove ponovnih pregovora

2/ Princip upravljanja- nijedan interesni deonišar ne treba da odustaje od prava da učestvuje u upravljanju kompanijom

3/ Princip eksternalnosti- ako ugovor između A I B nameće trošak za C, tada C mora imati mogućnost da postane stranka ugovora. (( u pravu nisu dopušteni ugovori na teret trećih)

4/ Princip ugovornih troškova- kaže da ugovorne strane, po pravilu, treba da ravnomerno snose trošak sklapanja ugovora

5/ Princip posedovanja, u skladu sa kojim svako posrednik mora služiti interesu svih interesnih deoničara

6/ Princip ograničene besmrtnosti- korporacijom treba upravljati kao još dugo može služiti interesima svih interesnih deoničara.

Predlaže se u teoriji da sledeća tri principa mogu poslužiti kao konstitutivni elementi pokušaja da se reformišu zakoni o korporacijama:

* Princip odobravanja interesnog deoničara- korporacijom treba upravljati tako da to bude u interesu interesnih deoničara
* Princip odgovornosti.rukovodilaca-koji treba da imaju dužnost brige, da koriste razumno produživanje pri upravljanju poslovima kompanije
* Princip pomoći interesnog deoničara, koji mogu pokrenuti inicijativu protiv rukovodilaca zbog neuspešnog poštovanja dužnosti brige ( za sada to mogu akcionari u formi derivativne tužbe)

MORALNO POSLOVANJE:NEPROFITABILNA ZAMISAO ILI OSNOVNO NAČELO

Etička načela u poslovanju treba da obezbede

* Pravedno
* Savesno
* Odlučno i
* Pošteno

delovanje menadžera, koji će osnaživati samopoštovanje I osećaj vrednosti kod zaposlenih I koji će osigurati kvalitet proizvoda I usluga .

Takođe, pomenuta načela treba da u određenoj meri utiču I na ostvarivanje brige kompanije za okolinu.

Sve skupa, etička načela treba da mogu doprinositi dugoročnim interesima vlasnika.

Dakle, poslovna etika je nužna za dugoročni uspeh u poslovanju, zajedno sa koristima iz samog poslovanja. Ključni element uspešnog poslovanja je poverenje, koje se može izgraditi samo na osnovu obostranog priznavanja zajedničkih moralnih standard, kodeksa etičkog ponašanja I pouzdanosti.

KORPORATIVNA, INDIVIDUALNA I DRUŠTVENA ETIKA

Na korporativnom nivou, a kako bi se osiguralo da korporacija deluje na odgovoran način, većina je kompanija utvrdila pravila korporativnog upravljanja. Reč je o kodeksima koji su, redovno, usmereni na menadžere, jer su oni neposredno odgovorni za investicije vlasnika, te svaki takav kodeks treba osigurati ostvarenje dugoročnih interesa vlasnika.

Na individualnom nivou, etičke su smernice nužne za zaštitu interesa zaposlenih, kupaca/korisnika usluga.

Društvena se odgovornost kompanije ogleda prema okolini, doprinosu razvoju lokalnog područja.

Kao rezultat raspršivanja vlasništva u nadnacionalnim korporacijama, poslovna je etika postala, skoro u potpunosti, odgovornost menadžera I upravnih odbora, pre nego vlasnika.. Ali, vlasnik je odgovoran ne samo za finansijski uspeh, nego I za moralno upravljanje poslom. U tom smislu, trebalo bi:

1/ zahtevati od banaka da redovno informišu investiture u koje se kompanije njihov novac ulaže, tj. banke bi trebalo zakonski obavezati na takvo ponašanje

2/ treba potstaći deoničare da se lično uključe u korporativno upravljanje, tj. menadžerima treba zabraniti da zastupaju manjinske grupe deoničara, jer to pretstavlja potencijalni sukob interesa

3/ potsticati deoničare da ulažu dugoročno, tj. veće dividend bi trebalo isplaćivati za dugoročna, a ne za kratkoročna ulaganja.

U svetlu činjenice da vlasnike treba potsticati da pokažu veću odgovornost za moralnu ispravnost poslovanja, međunarodne su organizacije, kao cilj, počele u obzir da uzimaju investitore I banke koje su sada počele ulagati samo u one kompanije koje imaju aktivni plan zaštite okoline...

Daljnji korak u smeru preoblikovanja globalnog deficita u poslovanoj etici mogla bi biti akcija vlade koja bi trebala ohrabrivati drukčiju ravnotežu između privatnog I javnog vlasništva nad korporacijama. Većina poslednjih dramatičnih primera moralnog kolapsa u korporacijama, pojavila se u korporacijama pod javnim vlasništvom, I to u situacijama kada je profit nadjačao moralnost.

Istraživanja firme Ernest and Jung, dolaze do zaključka do treba balansirati između tradicionalnog I fleksibilnog načina finansiranja (2005).

Pored koncepta korporativne društvene odgovornosti, o kojem je bilo reči, prisutan je I koncept prema kojem se ukupno delovanje kompanije meri na osnovu njenog doprinosa ekonomskom napretku, ekološkom kvalitetu I društvenom kapitalu- trostruka osnova/linija (Triple bottom line).

Održivi razvoj je onaj koji zadovoljava potrebe sadašnjih generacija bez kompromitiranja mogućnosti budućih generacija da ostvare svoje potrebe. Ciljevi održivog razvoja, proklamovani 2015. u UN, su:

* Bez siromaštva
* Nula gladi
* Dobro zdravlje I blagostanje
* Kvalitetno obrazovanje
* Rodna ravnopravnost
* Čista voda I sanitarije
* Pristipačna I čista energija
* Dostojanstven rad I ekonomski rast
* Industrija, inovacije I infrastruktura
* Smanjenje nejednakosti
* Održivi gradovi I zajednice
* Odgovorna proizvodnja I potrošnja
* Klimatska zaštita
* Život ispod vode I na zemlji
* Mir, Pravda I institucije jednako dostupne svima
* Partnerstva za ciljeve