

POSLOVNA ETIKA U FUNKCIJI USPEŠNOG POSLOVANJA SAVREMENIH KOMPANIJA

Slobodan Rakić¹, Vladimir Adamović²

doi: 10.5937/Oditor1902043R

Pregledni rad

UDK: 005.32

174-057.16

Apstrakt

Sve više savremenika izražava strah da će moralna struktura, koja drži društvo i ljude zajedno, vrlo brzo kolabirati. Moral je sam sebi postao predmet, pa čak i problem. Savremena tržišna ekonomija generiše nezaustavljiv ekonomski rast, ali sa aspekta praktičnih koristi, ne opravdava ekonomske razloge u celini. Izgubila se etička dimenzija moderne ekonomije. Sve glasniji poziv za etikom, nije posledica neuspeha tradicionalnih moralnih sistema, ni trend, već znak aktuelnog vremena koje prisiljava na etičko razmišljanje. Cilj rada nije da ukaže šta je etički, a šta ne, već da pomogne da se lakše postavi za sebe ono što jeste etički, i šta je neetički.

Ključne reči: tržišna ekonomija, moral, etika, poslovna etika, primenjena poslovna etika, integralna poslovna etika.

JEL: M50, M59

Uvod

Savremena liberalna tržišna ekonomija je društveni događaj koji je prilagođen egzistencijalnoj brizi ljudi, povećanju materijalnog prosperiteta i pluralnosti životnih rešenja. Međutim, u teoriji i praksi, tržišna ekonomija vodi do ekonomske logike, mada češće do ograničene logike kao produkta ljudskih intuicija i ideja o dobrom životu i ravnopravnoj koegzistenciji ljudi. Imajući u vidu aktuelnu krizu, negativne izveštaje o previsokim platama, o kriminalu i

¹ dr Slobodan Rakić, profesor, E adresa: bob13257@gmail.com

² dr Vladimir Adamović, docent, Visoka škola akademskih studija Dositej, Bulevar vojvode Putnika br. 7, Beograd, Srbija, E adresa: vladimiradamovic1974@gmail.com

prevarama u brojnim kompanijama, etički kvalitet poslovanja je doveden u duboku sumnju. Zbog toga se sve češće ističu prednosti poštene poslovne prakse i vraćanje konceptu uglednog biznismena. U radu su predstavljene osnovne etičke smernice kojima se savremene kompanije mogu rukovoditi u svojim razmišljanjima, odlukama i postupcima, da bi očuvale duboko ukorenjene moralne društvene vrednosti.

Razumevanje savremene tržišne ekonomije

Razvoj ekonomske teorije, od pre-klasične i liberalno-klasične do neoklasične i čiste ekonomije, može se shvatiti kao refleksija onoga što se u društvu dešava već više od 200 godina, progresivno i institucionalno. Nesputana ekonomizacija svih područja života (globalizacija, deregulacija), pa čak i misli (ekonomski imperijalizam), doveli su do toga da se tržišna ekonomija sve manje integriše u principe socijalnog društva slobodnih i jednakih ljudi, pa savremeni društveni kontekst sve više postaje slika slobodnog tržišta (Mićović, Miletić, 2019) ili samoodrživog homo-ekonomisa.(Ulrich, 2002) U središtu problema je ekonomizam kao ideologija sadašnjosti. Termin ekonomizam, odnosi se na ekonomsku racionalnost koja bira postulate za imanentno oblikovanje ekonomskog života, prema logici ekonomskog razmišljanja. (Ulrich, 2005) Iako generiše ogroman ekonomski rast, savremena ekonomska logika, sa aspekta praktičnih koristi, ne opravdava ekonomske razloge u celini(Ulrich, 2008), zbog čega ljudi sve više sumnjaju u praktične prednosti savremene tržišne ekonomije i zahtevaju racionalizaciju ekonomskih procesa. Međutim, dok s jedne strane, raste potreba za fundamentalnom preorijentacijom ekonomskog napretka i većim etičkim angažovanjem u tržišnoj privredi, s druge strane, prisutan je trend razvoja u radikalno suprotnom pravcu u smislu autonomije tržišta koje podupiru globalne snage.

U takvim tržišnim uslovima, savremene kompanije se ponašaju kriminalno u kontekstu održavanja društvenog poretka i duboko ukorenjenih moralnih vrednosti. Oslaljavajući se na stav Milтона Fridmana(Friedman, 1970) da je: „Društvena odgovornost biznisa da poveća profit“ odnosno „da ostvari što veći profit za akcionare“(Friedman, 2005) bez ikakvog odobrenja i obaveza, većina kompanija svojim proizvodima i uslugama ne zadovoljavaju stvarne potrebe, već sve više rešavaju probleme koji nastaju od iskvarenog ekonomskog sistema (na primer: psiho i neurofarmaceutski proizvodi, funkcionalna hrana, energetska pića, luksuzni proizvodi sa preteranim cenama i dr.). Korporativni menadžeri su enormno plaćeni uprkos slabim rezultatima, dok se istovremeno hiljade ljudi otpušta zbog navodno neophodnih ušteda. Sve to ukazuje na opasnost da važna dostignuća, kao što su sloboda individualnog života, smanjenje ljudske patnje ili ublažavanje siromaštva, mogu biti poništena.

Tačno je da su se uslovi poslovanja značajno promenili. Intenzivnija konkurencija, zasićena tržišta i ogromni tehnološki napredak predstavljaju veliki izazov za svaki posao, ali to nisu opravdanja za ozbiljno narušeno moralno ponašanje brojnih kompanija. Logično, samo po sebi se nameće pitanje: „Gde je etika u takvoj ekonomiji“? Meran(1992) ističe da su upravo takvi fenomeni skrenuli pažnju na ponovno preispitivanje filozofske osnove poslovne etike. Göbel(1992) dodaje da: „U meri u kojoj se ispunjenje potreba ili zadovoljenje interesa za slobodan razvoj ličnosti i ostvarivanje načela racionalnosti za zaštitu ljudskog dostojanstva, shvataju kao etički principi, etički principi su svojstveni ekonomiji“. Etika kao naučna disciplina u principu može da uđe u odnos sa ekonomskom disciplinom (Simić, Teuta, Yang, 2019). Međutim, naučna veza između ekonomije i etike je uglavnom teško objašnjiva i u literaturi se opisuje kao napetost. Razmatranje etičke problematike ne znači odbacivanje postojeće tržišne ekonomije, već zauzimanje razumnog stava i neprihvatanje preterivanja u smislu stvaranja tržišnog društva. Građani zaslužuju moderno društvo u kome će biti slobodni, pa tržišna ekonomija mora da bude u duhu ljudske civilizacije.

Moral – konceptualno razgraničenje

Razumevanje poslovne etike započinje razumevanjem morala. Moral u najopštijem smislu predstavlja svest ljudi o dobru i zlu. Najčešće ga čine skup nepisanih pravila, običaja, navika i normi, koji su prihvaćeni u životu neke zajednice.(Alavuk, 2014) Moral ne postoji van vremena i prostora. Njegov nosilac je čovek i njegovo postojanje se vezuje za društvo.(Mihajlović, Stojanović, 2010) Moral određuje kako treba da bude ljudsko delovanje, a pripadnici zajednice prihvataju te principe i na taj način regulišu međuljudske odnose. Kada je reč o moralu, Miljević(2010) ukazuje na opšteprisutnu dilemu u ljudskom društvu (Milosavljević, Pantelejić, Međedović, 2019), koja se odnosi na razliku između onog što verujemo da je ispravno i onog što je stvarno ispravno. Pri rešavanja ove dileme bitno je uzeti u obzir subjektivno i objektivno ispravne radnje, odnosno stavove i namere kao sastavni deo moralnog delovanja. Moral se reflektuje kroz posebnu vrstu društvenih normi koje se nazivaju moralne norme ili pravila. Ona su tvorevina društva čiji je sadržaj u osnovi određen objektivnim zakonima društvenog razvoja. Pojedinci, društvene grupe i zajednice formiraju moralna shvatanja u zavisnosti od svog pogleda na svet. Pri tome, shvatanje dobra i zla zavisi od najopštijeg pogleda na svet čoveka kao pojedinca ili određene zajednice kao celine.(Pavlović, Branković, 2010) Za Hoffea(1992) moralna pitanja se javljaju i u odnosima pojedinaca sa samim sobom, posebno u međuljudskim odnosima, ali i u pitanjima odnosa ljudi prema prirodi. Razvojem društva menjala su se i moralna shvatanja, pa ne postoji univerzalni moralni sistem, koji bi važio u svim društvima i vremenima.

Moral i etika se često koriste naizmenično, što Jüssen(1984) objašnjava etimološkom strukturom grčke reči ethos i odgovarajućim latinskim prevodom mos/mores. On ističe da se moral i etika naizmenično koriste pod pojmom filozofija morala, koji je skovao Ciceron, od početka antike do srednjeg veka, dok se od 16. veka moral vraća na latinski pridev moralan (moral). U novijem značenju iz 17. veka, zasniva se na francuskoj reči moral.(Brink, 2000) Pored deskriptivne funkcije, pridev moralan se koristi kao moralno dobro u pozitivnom smislu. Frankena (1981) opisuje termin moralno u neutralnom smislu kao pripadnost moralu, dok se u Oxford English Dictionary(Chapman, 2015) moral definiše kao „principi koji se odnose na razliku između dobrog i lošeg ili dobrog ponašanja i lošeg ponašanja“. U aktuelnoj diskusiji, moral je mera po kojoj pojedinac sledi moralne norme podvrgavajući se moralnom principu.(Horn, 1996) U ovom kontekstu, norma (latinski: mera) je mera ili princip koji reguliše stav, delovanje i ponašanje ljudi, a u slučaju odstupanja adekvatne sankcije.(Berkel, & Herzog, 1997)

Poziv za etiku – znak vremena

Polazna tačka etike je moralno uverenje. Etička teorija nastoji da razvije opšte kriterijume za dobro, pravo, pravedno, koji su konzistentni sa nepodeljenim moralnim uverenjima i mogu da pruže smernice u svim situacijama gde su naši moralni stavovi neizvesni ili kontradiktorni.(NidaRümelin, 2005) Ovo objašnjenje pokazuje da etička teorija uzima moralnost kao predmet istraživanja, u smislu moralnih uverenja i akcija usidrenih u društvu, i precizno i evolutivno opisuje moralna uverenja i postupke u sistematskom kontekstu, ne prekidajući vezu sa duboko ukorenjenim moralnim normama.

Materijalnu etiku kao adjektivističku etiku, prvi koristi Aristotel koji formuliše etiku kao nezavisnu nauku pored ekonomije i politike unutar tzv. trojne ili tripartitne praktične filozofije. (Pieper, 1991) Sam pojam vuče poreklo od grčke reči ethos (mesto stanovanja), koja u objektivno smislu odgovara životu, a u subjektivnom smislu karakteru. Može se prevesti i kao moralna filozofija ili filozofija morala.(Honecker, 1993) U aktuelnoj diskusiji, termin etički se odnosi i na etiku i na moralnost (dobro), što jasno pokazuje da se moral i etika ne odnose samo na valjanost (deskriptivni aspekt), već i na validnost sistema (normativni aspekt).(Reiner, 1972) Za Laya (1989) etika se kao filozofska disciplina, bavi opisom, opravdanjem, legitimisanjem i kritikom normi, u meri u kojoj se one odnose na dobro.

Za Berkela i Herzoga (1997) etika obuhvata metodičko-disciplinarna razmišljanja o moralu i njegovim normama i upućuje na filozofsku refleksiju o moralu. Enderle(1991) kaže da je etika metodički nizvodno od morala, jer bez morala nedostaje referentni objekt refleksije. Spaemann(1982) vidi etiku kao rasuđivanje

o pitanju zajedničkog dobra. Horn(1996) označava etiku kao doktrinu o tome šta nije dozvoljeno. Pieper(1991) ističe da etika ne definiše materijalni sadržaj, već određuje kriterijume koji opredeljuju koji cilj treba da se prizna kao dobar cilj. Frankena(1981) sa aspekta metodološki-istraživačkih pravaca etike, razlikuje tri dimenzije etike:

1. Deskriptivna ili empirijska etika – uključuje opis, snimanje i objašnjavanje kulturno zavisnih vrednosti kao što su moralni kodeksi ili pravni sistemi kao moralni fenomeni u različitim kulturama i zajednicama;
2. Normativna etika – dobro utemeljeni moralni sudovi formulišu norme za moralno dobro, ispravno ili zapovedno delovanje, i služe ljudima za orijentaciju u različitim životnim situacijama;
3. Analitička etika ili metaetika – ispituje lingvističke elemente i funkciju etičkih izjava na višem nivou refleksije. Metaetika je teorija o etičkim teorijama. (Kliemt, 1987) Ova mlada naučna disciplina, tesno povezana sa analitičkom filozofijom, pored analize moralnih koncepata i struktura, bavi se epistemološkim, ontološkim i temeljenim teorijskim pitanjima. (Düwell, Hübenthal, Werner, 2006)

Razlika između etike i morala nije dosledno predstavljena u literaturi. Termin etika se odnosi isključivo na filozofsku nauku o moralnom delovanju čoveka, dok se moral odnosi na činjenje ili izostavljanje radnji.(Molitor, 1989) Zbog praktične orijentacije, etika reflektuje etičke forme i principe bez pozivanja na političke i verske autoritete ili tradicionalne navike. Za Höffea(1986) etičke izjave se zasnivaju na dobrim i pravednim postupcima i zahtevaju moralno opravdanje, pa u tom smislu, u etici ne postoje objektivne, već samo moralne vrednosti koje imaju intersubjektivnu validnost. Osnovno pitanje etičke refleksije je: Šta je moralno ispravno, a šta ne? Pri tome, pitanje se fokusira kako na akciju tako i na aktera. Zbog toga je jedan od osnovnih izazova za menadžment savremenih kompanija, uspostavljanje balansa između odgovornosti za efikasno ostvarivanje utvrđenih ciljeva i zadataka, s jedne, i etičkih kodeksa, s druge strane.(Belak, Hauptman, 2011)

Danas, kada je poziv za etikom sve glasniji, ne treba ga tumačiti kao neuspeh tradicionalnih moralnih sistema, niti kao modu, već kao znak vremena i promena. U svetlu pojačanog interesa za etiku, interesantna je Göbelova(1996) teza: „Sadašnjost nas prisiljava na etičko razmišljanje“, kojom on smatra da ljudski principijelni kosmopolitizam i sloboda prisiljavaju ljude da ostanu sposobni da deluju kroz odluke između dobra i zla, ispravnog i pogrešnog. Moralnu nesigurnost pojedinaca, čitavih grupa i društava ne treba tumačiti kao znak kraja morala, već kao razvojni, evolutivni izraz samog morala.

Poslovna etika kao etika delovanja

Poslovna etika je nastala razmatranjem odnosa između ekonomije i morala, moralnog statusa ekonomskih postupaka u praksi i moralnih svojstava tržišnih odnosa, karakterističnih za ekonomiju u kojoj veliki značaj ima privatna svojina i široka ekonomska sloboda.(Pavlović, Branković, 2010) U poslednje dve decenije zabeležene su brojne publikacije, sastanci i institucije, koji su se bavili etičkim temama, jer se razmatranje propratnih ekoloških i socijalnih efekata ekonomske aktivnosti može garantovati samo uključivanjem etike.(Kuhn, T. 1990)

Za Zieglera(1987), poslovna etika je doktrina dobronamerne i činjenično ispravne ekonomske akcije koja poštuje utvrđena pravila za štedljivu upotrebu oskudnih resursa. Homann(1993) poslovnu etiku shvata kao „refleks rastuće želje da se ekonomska aktivnost više okrene ka moralnim idealima kao što su humanost, solidarnost i odgovornost“. Meran(1992) je razume kao „disciplinu koja objašnjava na koji način ekonomsko razmišljanje i delovanje, kao i institucionalni poredak ekonomije, podležu moralnom sudu“. Koslowski(2001) poslovnu etiku vidi kao praktičnu disciplinu primene etike: „...koja primenjuje pristupe, instrumente i nudi pomoć etičke teorije pri donošenju odluka o pitanjima ekonomskog i korporativnog odlučivanja“. Etička ekonomija uključuje poslovnu etiku u nastojanju da sintetizuje etiku i ekonomiju. Na taj način, etičke komponente pronalaze svoj put u formiranju ekonomske teorije, npr. u razmatranju cenovnog sistema, sa idejom da se pozitivna ekonomija poveže sa etičkom tradicijom.

Ristić(2004) predmet poslovne etike vidi kao presek koji podrazumeva ukrštanje moralnih i ekonomskih aspekata poslovanja. Za Schumanna(2005) osnovni zadatak poslovne etike je: „da lokalizuje etičko-moralna problematična područja, da pokrene kritičku diskusiju o njima i da ih usmeri u interdisciplinarnom i metodološki otvorenom diskursu“. Zimmerli i Aßländer(2005) vide trostruki izazov sa kojim se suočava savremena poslovna etika:

1. Prvi – eksplozija znanja i tehnologije, na koju etika mora da reaguje sa pomakom od teorijske do praktične orijentacije u smislu problemski-orijentisane etike;
2. Drugi – različita suživotna uverenja se više ne mogu pratiti do konsenzusa, što sugeriše pomak u etičkim teorijama od monističkog do pluralističkog;
3. Treći – priznanje da je naše postojanje kao ekonomskih aktera naučno pitanje koje integriše prirodu i čoveka, zahteva da društvene i prirodne nauke budu bliže uključene u etičku teoriju.

Za Ulricha „nada za delovanje na osnovu formalnog etičkog sadržaja, sve više je iluzija“. Rakas(2011) potvrđuje stavom da je poslovna etika sve više utopija

civilizacijskog razvoja ljudskog društva, koje je pritisnuto brojnim problemima i nedoumicama, naglašenih kontrasta, i društva koje poništava vrednosti na kojima počiva.

U svakom slučaju, koncept poslovne etike ne odražava samo etičke temelje ekonomske aktivnosti, već nudi sveobuhvatnu tipologiju moralnih orijentacija za ljude koji su uključeni u moderno društvo zasnovano na njihovoj ulozi u društvu.(Beck, 2003) Integriranjem etike i ekonomije, u poslovnoj etici se traži odgovor na sve veću želju/potrebu za moralnim ponašanjem aktera, pa termin poslovna etika reflektuje nastavak normativnih orijentacija u neekonomskom smislu.(Mittelstraß, 1985) Specifičnosti poslovne etike leže u činjenici da osnovna orijentacija etike treba da se dopuni problemskom orijentacijom u ekonomskom kontekstu. Formalni (univerzalni) i materijalni (situacioni) principi su integrisani u poslovnu etiku kako bi se mogle donositi diferencirane i situaciono-specifične odluke.

Praktično sprovođenje etičkih principa u poslovnom svetu ključni je problem poslovne etike. Poslovna etika ne može da se izjednači sa čistom etikom, jer je polje njenog delovanje između težnje za dobiti i čistih etičkih principa.(Mikić, 2011) Etički principi daju temelje za savremene koncepte za rad, poslovanje i organizacije, s ciljem da se prošire individualni i korporativni prioriteti, izvan tradicionalnih poslovnih profitnih ciljeva i bogaćenja akcionara.(Chapman, 2015) Stoga, Becker(2002) smatra da: „Zbog dominacije ekonomskog razmišljanja u savremenoj tržišnoj privredi, etička orijentacija ne može objektivno da se definiše, ali u svakom konkretnom procesu donošenja odluka mora da se traži etička podrška“. Pitanje poslovne etike je diskutabilno pitanje kojim treba da se razjasni iz temelja sumnjiv odnos između ekonomske logike i etičkih razloga. Međutim, nije dovoljna samo etika u sferi ekonomske aktivnosti, jer ekonomska racionalnost uvek postoji, već je treba otkriti u ekonomskom razmišljanju i primeniti u svetlu etičkog razuma.

Primenjena poslovna etika

Nida-Rümelin(1996) još 1996. navodi da ne može biti poslovne etike bez primene, jer etička teorija može da se dokaže samo u aplikacijama. U tom smislu, teorijska i praktična etička pitanja ne formiraju dve disjunktne klase već kontinuum. Uspostavljeni odnosi ne teku od teorije do prakse, niti od prakse do teorije, već su vođeni sigurnošću moralnog uverenja. Primenjena poslovna etika reflektuje velike raznolikosti i različita konkretna iskustva životnog stila i društvenog života, i skeptična je prema opštim principima i tendenciji da se kompleksna moralna pitanja svedu na nekoliko tipičnih karakteristika. Teorija primenjene etike uzima u obzir raznolikost moralnih senzibiliteta i ostaje kritična prema preambicioznim teorijskim ciljevima. Odnos između etike i pragmatike se

može formulisati kao zadatak u kome se sposobnost i volja mogu pomiriti u praksi. Dok etika definiše vrhovnu dužnost, pragmatika teži da osigura odgovarajuću konkretizaciju moralnog principa ili konačnog praktičnog pravila. Pragmatika ima posredničku ulogu u interakciji između etike i istorijski konkretne moralne prakse. U smislu recipročnog odnosa, etika se oslanja na pragmatičnost u operacionalizaciji na principima etike.(Höffe, 1986)

Thurnherr(1998) smatra da se termin primenjena poslovna etika u uslovima savremene tržišne privrede ne koristi dosledno. Filozofski, pojam se može definisati na osnovu termina opšta etika i sveobuhvatnog konteksta etike kao discipline. Međutim, primenjena poslovna etika je „sistematska primena normativno-etičkih principa na prostorima delovanja, profesionalnim poljima i predmetnim oblastima“. Düwell(2011) dimenziju primene ne odvajava od opšteg konteksta etike, jer ona nije ograničena samo na pojedinačne oblasti delovanja, već na stvarni cilj svake etičke refleksije. Prema Düwellu primenjenu poslovnu etiku kao naučno polje delovanja ne treba shvatiti kao puku tehničku primenu etičkih teorija u bilo kojoj oblasti delovanja, već se radi o složenom odnosu između teorijskih razmišljanja o osnovnim konceptima i moralnim principima, s jedne, i pitanjima praktične orijentacije, s druge strane. Nida-Rümelin(1996) objašnjava primenjenu etiku, koja podstaknuta upotrebom moralnog razumevanja u društvu ima zadatak: „...da razvija nezavisne etičke teorije za specifične oblasti ljudske prakse, koristeći osnovu etike kao disciplinu praktične filozofije i različite empirijske individualne nauke“. Prema Steinmannu i Löhr(1994) teorija primenjene etike treba da bude u osnovi dizajnirana da posreduje između preduzetničkih i tržišnih usluga, s jedne, i sveobuhvatnog (etičkog) cilja osiguranja mira putem dijaloga, s druge strane.

Kada je reč o primeni poslovne etike u kompanijama, Steinmann i Olbrich(1998) podržavaju stav da: „... implementacija poslovne etike u suštini zavisi od unutrašnje motivacije zaposlenih, odnosno da deluju nezavisno od spoljnih uticaja“. Objašnjavajući ovakav stav, Steinmann i Löhr(1994) sugerišu tri pristupa u implementaciji poslovne etike:

1. Prema prvom pristupu – organizacija kao celina postaje etičko pitanje (u okviru kompanije se formiraju posebne strukture sa etičkom misijom, grade se spoljne, nezavisne etičke strukture koje nisu izložene internim pritiscima i strukturama moći, ili se radi na promeni ukupne organizacije, organizacione strukture i organizacione kulture, pri čemu je naglasak na eliminisanju nepovoljnih, ograničavajućih uslova, koji se nesvesno stvaraju tokom organizacionih struktura.
2. Prema drugom pristupu – posebna pažnja se posvećuje etičkom razvoju kadrova. Steinmann i Löhr pojašnjavaju: „...radi o obuci potencijala etičke refleksije i argumentativne kompetencije svih zaposlenih“;

3. Prema trećem pristupu – mora se osigurati usklađenost delovanja menadžmenta sa etičkim smernicama. Ovaj pristup podrazumeva stalno prilagođavanje spoljnim i unutrašnjim promenama u cilju uspešnog poslovanja. Etičko vođstvo je jedan od neophodnih preduslova za uspešno izvođenje etičkih zahteva, što znači da je etika menadžmenta neophodan deo poslovne etike.

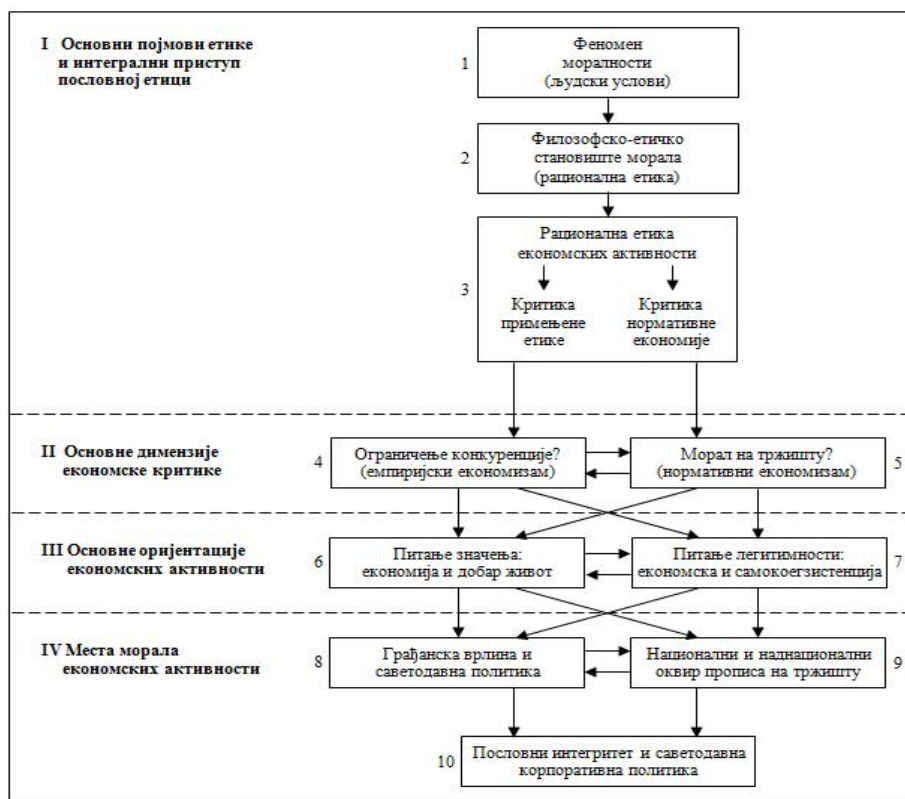
Primenjena poslovna etika fundira kao teorija ispravnog delovanja, razvija kriterijume i pruža orijentaciju za delovanje u situacijama moralnog donošenja odluka, i služi za koordinaciju aktivnosti kada se radi sa drugim ljudima. To je teorija koja uspostavlja norme koje kanališu akciona delovanja.

Integralna poslovna etika

Ulrich savremenu poslovnu etiku posmatra u svetlu činjenice da je reč o kritičkom razmišljanju u domenu refleksije ekonomije kao moćne ideologije i konstelacije različitih interesa. Etika racionalnih ekonomskih aktivnosti, označena kao integralna poslovna etika se shvata kao „...stalni proces bezuslovnog kritičkog promišljanja i stvaranja održivih normativnih uslova za mogućnosti ekonomije orijentisane na život“. Opšti metodološki cilj inovativnog koncepta integralne poslovne etike može se definisati u skladu sa izraženim brigama kritičko-normativnog razmišljanja, kao etičko-racionalna orijentacija političko-ekonomske misli. Naime, reč je o sposobnosti samostalnog razmišljanja i samostalnog donošenja odluka.(Oser, Althof, 1994)

Osnovne karakteristike integralne poslovne etike su kritika ekonomizma, obezbeđivanje primata politike nad ekonomijom i razvoj ekonomske racionalnosti u koncept praktične koristi. Cilj integralne poslovne etike je da svi (zaposleni, menadžeri, vlasnici, stejkholderi) budu svesni značenja i posledica etičkih pitanja u kontekstu trajnih ekonomskih posledica po preduzeće i društvo u celini.

Za Ulricha integralna poslovna etika je teorijski i praktični pogled o tome kako ekonomska akcija može da se integriše u opšti etički koncept ljudskog delovanja (slika 1).



Slika 1. Pregled sveobuhvatne klasifikacije integralne poslovne etike

Ulrich predlaže dizajniranje integralne poslovne etike u tri koraka:

1. Prvi korak – treba da osigura normativne zahteve poštene poslovne politike. Sve vrednosti koje je kompanija stvorila treba da ispunjavaju svrhu u smislu održivosti, na nivou ljudskih sredstava za život, ili daju poželjan doprinos iznad toga.
2. Drugi korak – odnosi se na političku suodgovornost na nivou kompanije i grane, koja zahteva aktivnu posvećenost kolektivnoj samo-posvećenosti etičkim principima na nivou grane. Usaglašavanjem etičkih industrijskih standarda i delotvornih zakonskih odredbi, problem moralnog slobodnog delovanja ne može u potpunosti da se eliminiše, ali može delotvorno da se obuzda.
3. Treći korak – koji obuhvata prethodna dva koraka je program etike. Da bi etički principi postali očigledni u svakoj oblasti i na svakom hijerarhijskom nivou, potrebno je stvoriti odgovarajuće strukturne i korporativne kulturne

preduslove. „Neophodno je dosledno dizajnirati strukture podsticaja tako da se etički odgovorno ponašanje nagrađuje, a nemilosrdno ponašanje koje je isključivo orijentisano ka ličnom obogaćivanju ili ciljevima karijere demotiviše“.

Put do programa integralne poslovne etike je pravi ako: „...kompanija dosledno želi da se prihvati i profiliše kao dobar korporativni građanin, koji je svojim integritetom i stvaranjem vrednosti zaslužio svoj ekonomski uspeh i ugled javnosti“. Prema Ulrichu ekonomske aktivnosti moraju da izdrže etičku procenu, zbog čega moralni standardi moraju da budu razmljivi za sve aktere. Za ekonomske aktivnosti integralna etika prvo traži razjašnjenje pitanja značenja. Uz pitanje značenja ispituje se forma ekonomskih aktivnosti koje su korisne za ljude, kao što je povećanje individualnog kvaliteta života. Ovo uključuje i pitanje vrednosti, koje se može posmatrati i kao pitanje budućeg dizajna života. Pitanje legitimnosti ekonomskih aktivnosti znači da se razjasni za koga se stvara vrednost, što se ogleda u društvenim pravilima u dobro uređenom društvu.

Etičku evaluaciju i dizajn okvira društvenog poretka za ekonomsku aktivnost, Ulrich naziva etički red i daje mu primat nad logikom tržišta. Tržišna ekonomija treba da služi i bude od vitalnog značaja za bolji život, odnosno radi se o upravljanju tržištem prema etičkim i praktičnim aspektima ljudske, društvene i ekološke održivosti. To je pitanje stava da bez etički-orijentisanih poslovnih ljudi u različitim slojevima društva, koji su u osnovi spremni na zdrav razum, etičke principe i prioritete nad sopstvenim ekonomskim interesima, verovatno da poslovna etika neće ni zaživeti u praksi.

Zaključak

Poslovna etika, sama po sebi nije potreban i dovoljan uslov za poslovni uspeh, jer uvažavanje etičkih principa ne znači direktno povećanje profita. U savremenom društvu koje je opterećeno brojnim krizama i protivrečnostima, korupcijom i neetičkim ponašanjem na lokalnom i globalnom nivou, poslovna etika može u poslovanju savremenih kompanija značajno da doprinosi njenom ugledu i uspehu. Koncept primenjene i integralne poslovne etike, zasnovan na praksi, ne odražava samo etičke temelje ekonomske aktivnosti, već nudi sveobuhvatnu tipologiju moralnih orijentacija za ljude koji su uključeni u savremeno društvo. Integrisanjem etike i ekonomije u poslovnu etiku, traži se odgovor na sve veću potrebu za moralnim ponašanjem aktera. Međutim, nije dovoljna samo etika u sferi ekonomske aktivnosti, jer ekonomska racionalnost uvek postoji, već je treba otkriti u ekonomskom razmišljanju i primeniti u svetlu etičkog razuma. Zbog toga je poslovna etika postala centralna tačka i epohalni izazov savremenog društva.

Literatura

1. Alavuk Đ., Petrevska, M. 2014. „Osnovni postulati poslovne etike i implementacija istih u turističkom poslovanju“, Ekonomija-teorija i praksa, Godina VII, broj 3., str. 40-53.
2. Beck, K. 2003. „Ethischer Universalismus als moralische Verunsicherung? Zur Diskussion um die Grundlegung der Moralerziehung“, Johannes Gutenberg-Universität Mainz, Reihe: Arbeitspapiere WP No. 44., S. 1-30.
3. Becker, E.H. 2002. „Das sozialwirtschaftliche Sechseck“, Lambertus Verlag GmbH, Freiburg.
4. Belak, J. and Hauptman, L. 2011: „Integral management approach: Business ethics and tax accounting as important enterprise success factors“. In: African Journal of Business Management, Vol. 5 (35), pp. 13449-13509.
5. Berkel, K. & Herzog, R. 1997. „Unternehmenskultur und Ethik“, Heidelberg: Sauer.
6. Brink, A. 2000. „Holistisches Shareholder-Value-Management: Eine regulative Idee für globales Management in ethischer Verantwortung“, Profession, No. 22, Rainer Hampp Verlag, München und Mering.
7. Göbel, E. 1992. „Wirtschaftsethik: Die verschiedenen Ansätze und der zwischen ihnen bestehende Zusammenhang“. In: Wirtschaftswissenschaftliches Studium, 21(6), S. 285-290.
8. Göbel, W. 1996. „Verortung. Zur Dringlichkeit ethischer Reflexion“. In: Gerfried, W. H., Laubach, T., Greis, A. (Hg.) 2000. „Theologische Ethik. Ein Werkbuch“, Tübingen, Basel, Verlag Francke, S. 12-28.
9. Düwell, M., Hübenthal, C. und Werner, H. M. 2006. „Ethik: Begriff-Geschichte-Theorie-Applikation“, In: Handbuch Ethik, Hrsg. von Düwell, M., Hübenthal, C. und Werner, H. M., 2. Auflage, Stuttgart und Weimar.
10. Düwell, M. 2011. Angewandte oder Bereichsspezifische Ethik, In: „Handbuch Ethik“, Hrsg. Düwell, M., Hübenthal, C. und Werner, H.M., Verlag Metzler, B.J., Stuttgart-Weimer, S. 243.
11. Enderle, G. 1991. „Zum Zusammenhang von Wirtschaftsethik, Unternehmensethik und Führungsethik“. In: Steinmann & Löhr (Hrsg.): „Unternehmensethik“, Stuttgart: Poeschel, S. 173-187.
12. Ziegler, A. 1987. „Unternehmensethik - Schöne Worte oder dringende Notwendigkeit?“, Beiträge und Berichte des Instituts für Wirtschaftsethik der Hochschule St. Gallen, Heft 17, St. Gallen.

13. Zimmerli, Ch. W. und Aßländer, S. M. 2005: „Wirtschaftsethik“, In: Angewandte Ethik. Die Bereichsethiken und ihre theoretische Fundierung. Ein Handbuch, 2. Auflage, Hrsg. Nida-Rümelin, J., Stuttgart.
14. Jüssen, G. et al. 1984. „Artikel 'Moral, moralisch, Moralphilosophie“, In: Ritter, J. & Gründer, K. (Hrsg.): „Historisches Wörterbuch der Philosophie“, Band 6, Basel: Schwabe, S. 149-153.
15. Kliemt, H. 1987. „Ökonomik und Ethik“. In: „Wirtschaftsstudium“, No. 16(3), S. 113-118.
16. Koslowski, P. 2001: „Wirtschaftsethik – Wo ist die Philosophie? Warum die Philosophie die Ökonomie nicht nur den Ökonomen überlassen kann“, In: Wirtschaftsethik - Wo ist die Philosophie?, Hrsg. Koslowski, P. Heidelberg.
17. Kuhn, T. 1990. „Unternehmensführung in der ökologischen Krise. Überlegungen zu einer Dichotomisierung umwelt-bewußten Managements“, Beiträge und Berichte des Instituts für Wirtschaftsethik der Hochschule St. Gallen, Nr. 41, St. Gallen.
18. Lay, R. 1989. „Ethik für Manager“, Düsseldorf et al.: Econ.
19. Meran, J. 1992. „Wirtschaftsethik. Über den Stand der Wiederentdeckung einer philosophischen Disziplin“, In: Wirtschaft und Ethik, Hrsg. Lenk, H. und Maring, M., Stuttgart.
20. Mićović S., Miletić J. (2019). Poslovni subjekt kao osnova održivosti razvoja. Održivi razvoj, 1(1), 41-49.
21. Miljević, M. 2010. „Poslovna etika i komuniciranje“, Univerzitet Singidunum, Fakultet za turistički i hotelijerski menadžment, Beograd.
22. Mikić, A. 2011. „Poslovna etika u biznisu 21. veka“, I Međunarodni naučni skup o ekonomskom razvoju i životnom standardu EDASOL, Panevropski Univerzitet Banja Luka, 23-24. septembar, str. 370-376.
23. Milosavljević S., Pantelejić Đ., Međedović D. (2019). Primena i mogućnost unapređenja ekonomskih činilaca u realizaciji održivog razvoja. Održivi razvoj, 1(1), 7-14.
24. Mittelstraß, J. 1985. „Wirtschaftsethik als wissenschaftliche Disziplin?“. In: Enderle, G. (Hrsg.): „Ethik und Wirtschaftswissenschaft“, Berlin: Duncker und Humblot, S. 17-32.
25. Mihajlović, D. i Stojanović, D. 2010. „Poslovna etika i moral u biznisu“, Ekonomske teme, Broj 2, Ekonomski fakultet Niš, str. 241-252.
26. Molitor, B. 1989. „Wirtschaftsethik“, München.

27. Nida-Rümelin, J. 1996. Theoretische und angewandte Ethik: Paradigmen, Begründungen, Bereiche, In: „Angewandte Ethik“, S. 2-85.
28. Nida-Rümelin, J. 1996. „Angewandte Ethik, Die Bereichsethiken und ihre theoretische Fundierung“, Kröner, Stuttgart.
29. Nida-Rümelin, J. 2005. „Theoretische und angewandte Ethik: Paradigmen, Begründungen, Bereiche“, In: Angewandte Ethik. Die Bereichsethiken und ihre theoretische Fundierung. Ein Handbuch, 2. Auflage, Hrsg. von Nida-Rümelin, Stuttgart.
30. Oser, F. und Althof, W. 1994. „Moralische Selbstbestimmung. Modelle der Entwicklung und Erziehung im Wertebereich“, 2. Aufl., Stuttgart.
31. Pavlović, M./Branković, B. 2010. „Uloga etike u savremenom poslovanju“, 8. Međunarodna naučno stručna konferencija: Na putu ka dobru znanja, 24-26 septembar, Sremski Karlovci, str. 1-8.
32. Pieper, A. 1991. „Einführung in die Ethik“, Tübingen: Francke.
33. Rakas, S. 2011. „Globalna poslovna etika – realnost ili utopija“, Megatrend revija, Vol. 8, br. 2, str. 425-447., Univerzitet Megatrend, Beograd, Fakultet za poslovne studije.
34. Rebstock, W. 1988. „Unternehmensethik: Werte und Normen für die Unternehmung“, Spardorf.
35. Reiner, H. 1972. Artikel „Ethisch“. In: Ritter, J. (Hrsg.): „Historisches Wörterbuch der Philosophie“, Band 2, Basel: Schwabe, S. 809-811.
36. Riedel, M. 1979. „Norm und Werturteil, Grundprobleme der Ethik“, Stuttgart: Reclam.
37. Ristić, D. 2004. „Osnovi menadžmenta“, Novi Sad, Fakultet za menadžment.
38. Spaemann, R. 1982. „Moralische Grundbegriffe“, München: Beck.
39. Steinmann, H. und Löhr, A. 1994: „Grundlagen der Unternehmensethik“, 2. Auflage, Stuttgart, S. 146-205.
40. Steinmann, H. und Olbrich, T. 1998: „Ethik-Management: Integrierte Steuerung ethischer und ökonomischer Prozesse“, In: Umwelt und Wirtschaftsethik, Hrsg. Steinmann, H. und Wagner, R. G., Stuttgart.
41. Schumann, J. O. 2005: „Wirtschaftsethik und Politische Ökonomie in theoriegeschichtlicher Perspektive“, In: Das Ethische in der Ökonomie. Festschrift für Hans G. Nutzinger, Hrsg. Beschorner, T. und Eger, T. Marburg.
42. Simić N., Teuta K., Yang J. (2019). Regulatorni instrumenti održivog razvoja. Održivi razvoj, 1(1), 15-26.

43. Thurnherr, U. 1998. „Angewandte Ethik“, In: Philosophische Disziplinen. Ein Handbuch, Hrsg. von Pieper, A., Leipzig.
44. Ulrich, P. 1997. „Integrative Wirtschaftsethik. Grundlagen einer lebensdienlichen Ökonomie“, Bern, Stuttgart, Wien.
45. Ulrich, P. 2001: „Integrative Wirtschaftsethik. Grundlagen einer lebensdienlichen Ökonomie“, 3. Auflage, Bern, Stuttgart und Wien.
46. Ulrich, P. 2002: „Ethische Vernunft und ökonomische Rationalität zusammendenken. Ein Überblick über den St. Galler Ansatz der Integrativen Wirtschaftsethik“, Beiträge und Berichte des Instituts für Wirtschaftsethik der Universität St. Gallen.
47. Ulrich, P. 2005: „Zivilisierte Marktwirtschaft. Eine wirtschaftsethische Orientierung“, Freiburg, Basel und Wien.
48. Ulrich, P. 2008. „Integrative Wirtschaftsethik, Grundlagen einer lebensdienlichen Ökonomie“, 4. vollständig neu bearbeitete Auflage Haupt Verlag, Bern.
49. Ulrich, S. 2002. „Was ist Vernunft? Eine philosophische Einführung“, Verlag: Beck, H.C. Verlag; Auflage: 1., München.
50. Frankena, W. G. 1981. „Analytische Ethik. Eine Einführung“, München: Deutscher Taschenbuchverlag.
51. Friedman, M. 1970: „The Social Responsibility of Business is to Increase Its Profits“, The New York Times Magazine, p. 32.
52. Friedman, M. 2005: „Kapitalismus und Freiheit, von Martin, P.C. Auflage 2., München.
53. Honecker, M. 1993. Artikel „Ethik“. In: Homann, K. et al. (Hrsg.): „Lexikon der Wirtschaftsethik“, Freiburg et al.: Herder, S. 249-258.
54. Homann, K. 1993: „Wirtschaftsethik“, In: Lexikon der Wirtschaftsethik, Hrsg. Enderle, G. et al., Freiburg, Basel und Wien.
55. Horn, K. 1996. „Moral und Wirtschaft: zur Synthese von Ethik und Ökonomik in der modernen Wirtschaftsethik und zur Moral in der Wirtschaftstheorie und im Ordnungskonzept der Sozialen Marktwirtschaft“, Tübingen: Mohr.
56. Höffe, O. 1986. „Lexikon der Ethik“, München, Beck.
57. Höffe, O. 1992. „Lexikon der Ethik“, München: Beck.
58. Chapman, A. 2015. „Ethical leadership, decision-making and organizations“. In: http://www.businessballs.com/ethical_management_leadership.htm (preuzeto 13.10.2015)

BUSINESS ETHICS IN THE FUNCTION OF SUCCESSFUL BUSINESS OPERATIONS OF MODERN COMPANIES

Slobodan Rakić³, Vladimir Adamović⁴

Summary

More and more contemporary expresses the fear that the moral structure, which keeps society and people together, will rapidly collapse. Moral became an object itself, and even a problem. The modern market economy generates unstoppable economic growth, but from the point of view of practical benefits, it does not justify economic reasons as a whole. The ethical dimension of modern economy has been lost. A louder call for ethics is not a consequence of the failure of traditional moral systems, nor a trend, but a sign of the current time that forces for ethical thinking. The goal of the paper is not to show what is ethical and what not, but to help it easier to set up for itself what is ethical and what is unethical.

Key words: *market economy, ethics, business ethics, applied business ethics, integral business ethics.*

JEL: *M50, M59*

Datum prijema (Date recieved): 12.04.2019.

Datum prihvatanja (Date accepted): 24.06.2019.

³ Slobodan Rakić, Ph.D., professor, E address: bob13257@gmail.com

⁴ Assistant Professor, Vladimir Adamović, Ph.D., School of Academic Studies Dositej, Bulevar vojvode Putnika br. 7, Belgrade, Serbia, E address: vladimiradamovic1974@gmail.com