Вера Минић
Факултет за менаџмент
"Браћа Карић"
Београд

UDK: 316.62
Прегледан научни рад
Примљен: 15. 07. 2004.

ЕТИЧКА ДИМЕНЗИЈА ПОСЛОВАЊА У ТРАНЗИЦИОНИМ ПРОЦЕСИМА

Земље у транзицији се суочавају са бројним проблемима међу које се може убројити и недовољна етичка компонента пословања. Она није карактеристика само ових земаља, али је имајући у виду нашу земљу, изражена на начин да поприма епитет етичке кризе. На то указују бројни примери из праксе пословања наших организација, институција и појединаца, као и упозорења из иностранства. На нивоу државе, односно глобалног друштва, начин пословања добија одговарајуће карактеристике, па самим тим и препоруке, да ли у међународним релацијама у некој средини треба пословати или не. Сагледавање неких од кључних параметара етичке кризе у пословању, указује да су они резултат наслеђених и постојећих друштвених услова и односа.

Кључне речи: пословна етика, транзиција, друштвени услови, систем вредности, морал

Увод

Питање етике у пословању није нова тема, али последњих деценија, посебно од 70-тих година 20. века, ова проблематика подстиче шире интересовање јавности и постаје довољно значајна, да би се, како то наводи Ди Џорџ¹, могла одредити као покрет за етику бизниса. Довољно је подсетити да савремено друштво последњих деценија пролази кроз дубоке противречности брзих промена које захватају све области друштвеног живота. Глобални економски, политички и културни токови, светско тржиште и мултинационалне компаније, нове информационе и комуникационе технологије и друге техничко-технолошке иновације, стално суочавање с нарушавањем еколошке равнотеже, све већи потенцијал потрошачког друштва – неки су од параметара који су допринели да се пажња заустави на друштвеној одговорности компанија.

Покрет за етику бизниса указује да компаније почињу све више да уочавају економски значај примене етичких начела, да уважавају права и интересе других, као и општи друштвени интерес. Покрет за пословну етику је

¹ Ричард. Т. Ди Џорџ (Richard T., De George), Пословна етика, Београд, 2003, стр. 29-30.

настао у САД, где добија значајан простор у теоријским радовима с изношењем бројних примера фирми које се нису придржавале етичких начела или супротно, позитивним резултатима због тога што су се у раду придржавале пословне етике. Док у ранијем периоду менаџери нису обучавани да етику прихватају као део посла за који се школују, након успона покрета за етику бизниса, она је, као посебна научна дисциплина, нашла своје место на универзитетима, а у теорији и пракси менаџмента постала његова значајна компонента². Нова концепција пословног понашања је допринела да све већи број компанија доноси етичке кодексе интерно и екстерно, што не значи да је тиме окончан посао, али је важан корак који запослене суочава са моралним односом према онима са којима раде и послују. Постепено је све то скупа допринело да се о пословној етици не само говори, већ и да се она све више примењује, већ и зато што се под притиском јавности то очекивало.

Европске расправе о пословној етици су тренутно у истој фази у којој су осамдесетих година биле расправе о квалитету. Компаније које су се тада ставиле на чело покрета за квалитет стекле су значајну предност у односу на конкуренцију. За разлику од њих, они који су оклевали нашли су се у ситуацији да брзо надокнађују изгубљено; и нису сви били успешни у томе.³ И поред тога што се у нашој земљи прилично касни са применом стандарда за систем квалитета (QMS), и применом пословне етике, охрабрује чињеница да то нису заобијене теме, да оне данас постепено освајају простор и налазе своје место у пословању домаћих компанија.

Разуме се да покрет за пословну етику није могао да остане само у оквирима развијених земаља, мада и у њима етички проблеми нису завршено питање. У глобалним процесима који се инкорпорирају и у земље транзиције, питање етичког пословања се наметнуло као један од начина на који ове земље могу пословати са светом. Када је реч о нашој земљи, она се такође суочила, поред осталих, и са проблемима етичке природе у пословању због тога што се доследно не придржава оних етичких параметара који се примењују у земљама тржишне привреде.

У овом раду тежиште разматрања је на етици пословања комерцијалних фирми, а не и етици рада организација и институција уопште, и поред тога што је то такође веома битно за грађане и свако друштво, (на пример, етички проблеми у медицини или образовању). Сложеност проблематике пословне

² Ендрју Старк износи податак да скоро 90% националних америчких пословних школа организује "неку врсту едукације у тој области", да постоји преко 500 курсева на тему пословне етике, да је последњих година издато преко 25 књига из ове области, да постоје три научна часописа посвећена овој теми, да има најмање 16 пословно-етичких истраживачких центара и да три четвртине великих америчких корпорација покушавају да етичке принципе уграде у своје компаније. – Andrew Stark: What's the Matter with Business Ethics?, *Harvard Business Review*, May-June, 1998, str. 3.

³ Џон Драмонд (John Drummond) и Бил Беин (Bill Bain), Пословна етика Београд, 2001, стр.12-13.

етике упућује на то да се она као социјална појава, може анализирати преко пословне, друштвене, државне, академске и других изражајних форми. У складу са темом, питање пословне етике се разматра у три основна нивоа:

- друштвени односи и услови као упориште пословне етике у Србији
- етичка димензија рада и одлучивања менаџера
- организације и етика пословања

Из анализе сва три сегмента проистиче да су они не само повезани, већ и међусобно условљени. Моралне дилеме су стално присутне, поготово за људе на руководећим местима у пословним фирмама и они се неминовно сусрећу с њима, са често неизвесним последицама по њих саме, њихов морални интегритет, као и рад и углед организације у којој раде.

Друштвени односи и услови као упориште етичке димензије пословања

Сагледавање пословне етике у постојећим друштвеним односима у нашем друштву није могуће без анализе претходног периода у коме се налазе дубоки корени свега онога што прати савремени концепт пословања. У том смислу би се могла направити основна подела на социјалистички период и период транзиције, у којима је могуће на глобалном нивоу сагледати колики је и какав друштвени утицај на елементе пословне етике.

Друштвена својина, као доминантан облик својине у социјалистичком периоду имала је директан утицај на формирање друштвених односа. Око овог облика својине јављале су се бројне недоумице од којих је најзначајнија непостојање субјекта својине. Директори који су руководили фирмама, и поред тога што нису имали својинска права у пуном смислу речи, углавном су се понашали као да их имају. То је проистицало из овлашћења која су поседовали и која су им омогућавала да не само управљају, него и праве евентуалне пословне промашаје без одговарајуће одговорности. Без тржишта које би валоризовало пословни успех, нарочито после седамдесетих година, кључна тачка ослонаца је била спрега са партијским и државним центрима моћи. Управо су одлуке ових потоњих биле одлучујуће за многе пословне одлуке, па и преливањедохотка другим организацијама, чак и по цену лошијих пословних резултата оних који су тај доходак стварали.

Створени друштвени амбијент се неминовно одражавао на етички став запослених, посебно руководиоца-менаџера. Познато је да се сматрало да је пословно способнији директор који нађе начина да заобиђе закон, од оног кога се придржава. Не узимање у обзир чињенице да многи од "кадрова" немају стручне способности да раде на одговорним пословима, довело је многе, па и тек отворене фирме до пропасти. Сасвим је посебно питање отварања тзв. "политичких" фабрика које није пратило одговарајуће екстерно окружење и за чије производе није било сигурно да могу да нађу пут до купца. Подобност се ценила према спремности да се прихватају и реализују одлуке одређених

центара моћи. Мегаломански приступ се манифестовао и у увозу опреме, за коју се није водило рачуна колико ће бити исплатива и да ли ће уопште моћи да буде у функцији производног процеса, а она је не ретко остајала и нераспакована. Само ређи примери штетних уговора по организације и државу доспели су у јавност, док је мноштво остало необелодањено. У условима када се није постављала одговорност за економски неуспех пословних организација, конформизам и одсуство моралних начела постали су сувише честа појава. Мито и корупција нису ушли у Србију са транзицијом, они су увелико ухватили корене пре ње.

Укратко, пословна етика је дошла до изражаја само код оних појединаца који су је осећали као део свог моралног интегритета. Они су не ретко због свог етичког става сносили последице, јер у већини случајева то није било цењено понашање, а за многе је било чак и неприхватљиво. Успостављени друштвени односи у којима су доминирали друштвена својина, ауторитарност, формално демократско одлучивање и једностраначки систем нису били основа на којој је етичка димензија пословања могла да нађе своје место и примену.

Од наступајућег периода транзиције се очекивало да ће унети нове димензије како у друштвене односе, тако и у рад и понашање. Иако су се неке од промена остваривале, оне нису биле довољно брзе и темељите да би могле да дају очекиване резултате. Приватизација је споро напредовала, а наглашенији предузетнички индивидуализам и страначким плурализам нису омогућили ново поимање етичких начела у пословању. Сплет познатих догађања томе није ишао у прилог. Енормна инфлација, рат у окружењу и економске санкције само су продубили неетичко понашање на свим нивоима, а посебно у обавезама и одговорностима за посао који се обавља. Изолованост од светских економских токова избацила је у први план сналажљивост да би се преживело, што је постао кредо многих овдашњих фирми. Криза друштва и криза морала су се поново нашле у спрези.

У оскудици која је захватила земљу и повећаном тражњом за производима испољио се познати феномен. Често је спрега са државним органима и елитом владајуће партије, била услов за сналажење појединаца и група на разне, углавном нелегалне начине, из чега је као резултат проистекло њихово енормно богаћење. Етичко понашање опет није било на цени и представљало је сасвим замагљени циљ оних који су успевали да створе значајан капитал преко сопствених, фиктивних или парадржавних фирми. У формираном новом друштвеном слоју приватних предузетника, већи број њих се није бавио етичким дилемама пошто је било јасно да се користи актуелни тренутак. При томе није спорно да је за тржишну привреду веома битно увећање броја приватних предузетника, али оно што јесте спорно је, да је при томе занемарен друштвени интерес, што је не ретко подразумевало непридржавање ни правних норми. У многим транзиционим земљама, међу којима ипак предњачи Русија, а ми тек нешто заостајемо, за мање од десет година створен је слој

богаташа за чије богатство су у развијеним земљама биле потребне деценије напорног рада.

Сиромаштво је ушло на велика врата у Србију. Пад производње и стопа незапослености су се увећавали, несигурнос је постала део начина живота. Државне институције су изгубиле легитимитет, посебно судови, извршни органи и полиција због рада који није садржавао ни правну ни етичку димензију, јер је фаворизовао оне који су имали могућности да такав статус себи обезбеде.

У таквом друштвеном амбијенту, промене из октобра 2000-те су дочекане као велика нада у остварење бољег. Многи аналитичари су указивали да није могуће ни све, ни брзо променити, утолико пре што је претходио период у коме је формиран систем друштвених вредности који није могуће преко ноћи заменити другим. Напротив, он показује јаку отпорност на промене, и више примера пословања наших фирми то илуструје. Многи нови менаџери нису схватили значај етичких принципа у пословању који је исплативији на дужи рок, него конкретно остварена добит без реалних могућности да у будућности буде поновљена.

Данас се суочавамо са међународним апострофирањем нашег неетичког става у пословању у више примера. Налазимо се на врху земаља у којима постоје мито и корупција као део пословне праксе. Поред политичке нестабилности, честе промене закона и избегавање договорених услова и рокова стварају несигуран пословни амбијент који држи по страни потенцијалне пословне partnere и оне који желе да инвестирају. Због превара неидентификованих фирми и појединаца забрањено нам је да индивидуално тргујемо преко интернета. На пружену могућност да извозимо под повољнијим условима сопствене производе у земље Европске уније, проналази се начин да лажним документима и нелегално увезену робу представљамо као своју. Обмањивање те исте европске заједнице није могло да прође некажњено, па је уследила забрана даљег извоза. Пословна етика подразумева и спремност да се прихвати одговорност за грешку, што се код нас изузетно ретко дешава. Може се навести већи број примера организација које наносе еколошку штету која директно утиче на квалитет животне средине и квалитет живота јер не примењују систем управљања заштитом животне средине (EMS). Повремени извештаји о непримењивању стандарда система безбедности хране (НАССР), су проблеми у којима етика има значајну улогу.

Ипак, неки помаци се остварују. Они се пре свега односе на правну регулативу којом се настоји или да се исправе грешке из претходног периода, на пример, Законом о екстрапрофиту, или да се уведе ред и контрола у текуће пословање, што је довело до усвајања низа закона о пореској дисциплини, Закона о сукобу интереса запослених у јавним службама, а мито и корупција су већ скоро сталне теме у медијима и стручним расправама. На тај начин се настоји да се створи нови друштвени амбијент пословања у коме наша земља неће бити препознатљива само у негативном етичком контексту. У свету се

углед компанија доводи у везу са угледом земље у којој се оне домицилно налазе, и то је препорука за даљу пословну сарадњу на билатералном, или уопште међународном нивоу.

Етичка димензија рада и одлучивања менаџера

Када се пође од става да се морал може везивати искључиво за личност, није могуће говорити о пословној етици без постојања људи који ће се придржавати моралних норми. Менаџер на високом положају руковођења, поред тога што је одговоран за своје поступке, одговоран је и за понашање других којима руководи и на које, својим радом и понашањем може увелико да утиче. У крајњем случају, поред личне моралности, запослени својим радом и понашањем презентују и пословну етику организације у којој раде.

Због саме чињенице да је кључни циљ бизниса остварење профита, искрсавају многе дилеме због којих се још увек може срести мишљење да су етика и економија две различите целине. И поред тога што пословна етика није сама по себи довољан услов за пословни успех, јер су свакако потребни и други елементи, без етичког понашања тешко је стећи пословни успех. Осим тога, придржавање етичких принципа не мора значити непосредно и директно повећање профита, јер постоје и друге сфере у којима пословна етика има своје место и које на посредан начин доприносе угледу компаније, а тиме и њеном успеху. Само неке од њих су неугрожавање животне средине, оглашавање производа довољним бројем информација које неће довести потенцијалног купца у заблуду, безбедност и квалитет производа, поштовање права запослених, подједнаки услови запошљавања, и друге.

Примере неетичких поступака менаџера могуће је наћи у свим друштвима, мада теоретичари пословне етике истичу да је данас знатно више апострофирано такво понашање као неприхватљиво и да због тога менаџери не могу да доносе одлуке према свом нахођењу. Пословна делатност, као и свака друга људска делатност вредносно се процењује са моралног становишта и постаје претпоставка рада какав се очекује. Многи су склони да кажу да је за менаџера битно придржавање закона, да је он пре свега правно одговоран поред тога што је пословно одговоран према акционарима, кредиторима, клијентима, добављачима, запосленима, друштвеној заједници. Такво конвенционално становиште губи из вида читаву димензију етичке свести већег броја учесника у пословном животу, који се могу такође залагати за вредности као што су искреност, поштење, честитост, поштовање других, држање обећања и друге.

Морално вредновање друштвеног система је предмет интересовања пословне етике већ и због тога што је у њему садржан доминантан систем друштвених вредности као основе на којој се пројектује морални став појединаца. И поред тога што се изрази моралан и неморалан односе на људска бића (уосталом и изворно значење грчке речи етика се везује за обичаје и

навике – карактер људи), они се ипак користе да се њима опишу и економски и политички системи. На формирање моралне личности има велики утицај друштвена средина и систем вредности у друштву, као и низ фактора међу које се могу убројити историјско и културно наслеђе, религиозна уверења, социјализација, систем мотивације и други.⁴ Ипак је у овом случају акценат стављен на доминантне друштвене вредности средине у којој је стасала генерација савремених менаџера у Србији и оне указују да су више биле резултат политичког волунтаризма, него културног и етичког релативизма. За многе нове менаџере периода транзиције, који већ и по самом називу у себи садржи како карактеристике претходног периода, тако и делимично нових, има доста места за запитаност како за субјективне, тако и објективно морално исправне поступке.

Однос социо-културног и персоналног је данас посебно актуелизован радом компанија у више земаља, где се менаџери сусрећу са различитим могућностима и условима које пружају друштвени односи и култура тих средина. јер пословни људи следе свој циљ, не водећи довољно рачуна да многе од њихових радњи нису етички прихватљиве у тој средини. На пример, различити облици мита су у неким срединама уобичајена појава која се не посматра као неморална, на пример формално плаћени консултанци, или плаћање за учешће на конгресима, неким манифестацијама и слично, док је у другим срединама то тежак морални прекршај.

Неспорни утицај спољашњих фактора на формирање личности и њеног моралног става, мора се допунити и карактерним цртама личности које не настају само под утицајем средине. Назначено непридржавање етичких начела у нашем друштву сугерише да је код појединаца изостала морална обавеза, да је користољубље, као лична добит или погодност у виду вишег положаја или било које друге врсте, превагнуло над моралним начелима. Једно од објашњења у том смислу налазимо код Лоренса Колберга, америчког психолога који је утврдио три главне равни у моралном развоју јединке. У првој, пре-конвенцијалној, деца науче које је понашање дозвољено јер због тога на неки начин буду награђена, или уколико понашање није пожељно, добију неки облик примерене казне. У тој фази се научи шта може бити исправно а шта не, али не и само значење смисла морала. На конвенционалном, као другом степену моралног развоја, морал се учи од других, појединац се саображава моралним нормама датог друштва, долази до сазнања о моралним нормама и како да живи у складу с улогом коју има у друштву. Према Колбергу, многи и не превазилазе ову раван морала. Међутим, трећа равна названа аутономном, постконвенционалном, је она на којој појединац самостално прихвата морална начела не зато што у друштвеној заједници она важе као таква, већ зато што он аутономно просуђује шта је исправно и може да одбрани одређени морални став, па и када већина у друштву у коме живи не дели такво миш-

⁴ Загорка Голубовић, *Човек и његов свет*, Београд, 1973.

љење.⁵ На том нивоу долазе до изражаја лични морални став и процена појединаца, јер се они равнају према сопственим начелима не прихватајући као исправно све оно што се у том тренутку, у тој друштвеној средини схвата као прихватљиво.

Када је реч о пословној делатности, може се срести и став да се "савремена расправа о пословној етици усредсређује мање на питања у вези са карактером појединаца него што је то био случај пре једног века...и будући да се економске активности одвијају у организацијама мање нас занима карактер појединачног пословног човека него што је то случај приликом доношења одлука у пословним предузећима. Сходно томе, склони смо да изразе као што су друштвена одговорност и пословна етика користимо скоро као синониме"⁶ Ипак већина аутора не дели такво мишљење што је евидентно из објашњења којима осветљавају неку од димензија пословне етике. Добра илустрација је став аутора Лауре Неш која експлицитно каже: "Пословна етика проучава примену личних норми на активности и циљеве комерцијалних предузећа. То није посебан морални стандард, већ студија о томе како пословни контекст поставља своје јединствене проблеме пред моралну личност која делује као представник тог система".⁷

Једно од питања које се намеће односи се на истоветан или различит морални став који људи имају у приватном животу од оног на послу, односно да ли примењују исте моралне принципе у различитим ситуацијама. Теоретичари пословне етике имају о томе супротстављене ставове. По једнима,⁸ не постоје никакви докази да су људи неморалнији у свом пословном животу него у приватном. Према другом становишту, многи аналитичари су приметили да су већину пословних грехова починили људи који никада намерно не би починили неетично дело.⁹ Друго становиште је поткрепљено примерима деловања појединаца у групама и ситуацијама када ти исти људи не би таква дела учинили када би били у прилици да делују појединачно. Разуме се, могуће су и друге ситуације као када на пример, појединац сматра да је корист компаније на првом месту па и по цену његове неетичке одлуке, не увиђајући да компанија такву пословну праксу не би одобрила. Или, под претпоставком да менаџер поседује моралне вредности и да настоји да их примењује у одлукама као саставном делу свога рада, то још увек не мора да

⁵ Lawrence Kohlberg, *The Psychology of Moral Development: The Nature and Validity of Moral Stages*, New York, у: Ричард Т. Ди Џорџ, нав. дело, стр.46-48.

⁶ Дејвид Вогл (David Vogel), *Етика пословне политике*, у: Драган Јаковљевић, *Етика – Огледи из примењене етике*, Подгорица, 1999, стр.257.

⁷ Лаура Неш, *Откуд сад пословна етика*, у: *Пословна етика*, приредили Џон Драмонд и Бил Беин, Београд, 2001, стр. 23.

⁸ Ричард Т. Ди Џорџ, нав. дело. стр. 24

⁹ Лаура Неш, нав. дело., стр.30.

буде гаранција да ће моћи да их се у свакој прилици придржава. За то могу постојати морално оправдавајући разлози.

Да се етички став према послу може да мења током живота и рада појединаца, може се видети из истраживања до кога је дошао Етички истраживачки центар на узорку од преко 4000 радника интересујући се да ли се под утицајем етичког образовања и корпоративне културе може уочити напредак у пословној етици запослених током њихове каријере. Интересантно је да је скоро половина (49%) изјавила да види напредак, 43% не види никакву разлику, 7% осећа пад у пословној етици, а 34% мисли да је њихова пословна етика напредовала због личне етике. Најупечатљивији податак је да 13% верује да је њихова лична етика напредовала због пословне етике¹⁰.

Организације и етика пословања

За савремено друштво се уобичајено каже да је "организацијско", јер се са организацијом сусрећемо на сваком кораку. Организација се може одредити као систем чији су делови повезани у целину и омогућују њено функционисање. Циљ који треба да се оствари је кључни елемент сваке организације. Од менаџера зависи, веома великим делом, колико ће успешно нека организација постићи своје циљеве и испунити друштвене одговорности. Постоје различити концепти и критеријуми за оцењивање менаџера и организација, као менаџерски учинак и организацијски учинак. Један од најцењенијих аутора о менаџменту – Петер Дракер је предложио два критеријума за оцењивање менаџерског и организацијског учинка: ефикасност (радити ствари на прави начин) и ефективност (радити праву ствар, бирати праве циљеве), јер се недостатак ефективности не може надокнадити ни највећим степеном ефикасности.¹¹

Када се говори о пословној етици менаџера у организацијама треба имати у виду неколико чињеница. Прво, менаџмент је процес у коме се дефинишу четири (по неким ауторима и више) функције које менаџери обављају и то: планирање, организовање, лидерство и контрола. Битна је разлика ако све те функције обавља један менаџер у малим организацијама, најчешће власник, и у том случају фирме одсликавају етику власника. Када је реч о великим компанијама у њима постоји подела менаџера по вертикалној структури (топ менаџери, средњи ниво менаџера и нижи менаџери) и хоризонталној структури организације (функционални, генерални и пројектни менаџери). Сви запослени који не обављају никакве менаџерске послове су извршиоци.

¹⁰ Ferrell O.C., Fraedrich J., *Business Ethics*, Third edition, Houghton Mifflin Company, 1997, стр. 20.

¹¹ Према: Џејмс А.Ф. Стонер (James A.F. Stoner), Р. Едвард Фриман (Edward Freeman), Данијел Р. Гилберт, Јр. (Daniel R. Gilbert, Jr.), *Менаџмент*, Београд, 1997, стр.8.

Поред одговарајућих знања, способности и вештина које менаџери треба да поседују за обављање послова који су им поверени (производња, услуге, финансије, правни послови, маркетинг, развој, обезбеђење квалитета и друго), за њихов посао је везан и одговарајући ниво одговорности. Топ менаџер који је на врху организацијске хијерархијске структуре, а може носити назив генералног директора, извршног директора или сео (chief executive officer) најодговорнији је за функционисање целокупне организације. Поред његове личне пословне одговорности, према Ди Џорџу, постоје четири различита типа одговорности које имају компаније: пословна, морална, правна и друштвена. Оне су повезане и често се преклапају.¹²

Једно од питања које се током пословне праксе јавило је да ли се уопште може рећи за компаније да су "морално одговорне" за своје активности. Смисао и језичка употреба термина у пословној етици свакако захтевају разраду, јер се уобичајено у литератури користи синтагма друштвена одговорност организација, подразумевајући под тиме и њихову етичку одговорност, и поред тога што је поље примене друштвене одговорности шире од етичке одговорности. То је пре свега питање метаетице, у смислу значења моралних термина, моралне одговорности моралне обавезе, јер шта значи када се за једну организацију каже да је морално одговорна. Да ли је она одговорна као правни ентитет, или морално могу бити одговорни само људи који у њој раде? Посебно је питање до ког нивоа сеже морална одговорност менаџера. Они на врху су свакако одговорни, али да ли су у име компаније сви одговорни – менаџери и запослени радници, или се одговорност може протезати и на власнике – акционаре који су рецимо, захтевали бољи пословни успех по сваку цену. Да ли су акционари одговорни сразмерно свом акцијском капиталу, у ком случају многи мали акционари могу рећи да су били прегласани и да не могу бити морално одговорни. Акцијски капитал може мењати власнике, а и сами власници некада и не знају да су сувласници у некој компанији јер је њихов капитал пласиран преко фондова, полиса осигурања и слично, тако да компаније могу бити у власничком погледу безличне.

О моралном статусу организација нема усаглашених ставова. Милтон Фридман (Milton Friedman) је најпознатији представник става да фирме нису морални чиниоци, да немају моралну одговорност и да се не могу морално процењивати. Другачији став, у најоштријој формулацији, заступљен је од стране Питера Френча (Peter French) који сматра да се у етичком погледу компаније и личности могу идентификовати. Нека средња варијанта, ако се тако може назвати, залаже се за то да моралну одговорност у име компаније морају преузети појединци или тимови или чланови борда директора и други, већ према ситуацији, иако је понекад тешко разграничити ко је заправо стварно одговоран. Међутим, тиме се не елиминише и одговорност организације,

¹² Ричард Т. Ди Џорџ, Одговорности мултинационалних компанија, у: Драган Јаковљевић, *Етика – Огледи из примењене етике*, нав. дело, стр.299.

јер потрошачи купују производе или користе услуге не знајући шта ко појединачно ради, нити за шта је одговоран. Од одговарајуће фирме се очекује да за евентуалне последице лошег квалитета производа или услуга поштено призна грешку, упозори потенцијалне кориснике на евентуалну опасност и надокнади штету, каквих примера и има. Потрошачима не би користило да фирма каже ко је од појединаца у њој морално одговоран за неке поступке или пропусте, и да тиме скине одговорност и обавезу са себе. Мада то може бити тешко и концептуално и практично, организације се суочавају са захтевима моралне одговорности и ако њихове активности извршавају појединци који делују у њихово име. Корпорација може бити морално одговорна и када је, исто тако, морално одговоран сваки појединац те корпорације.¹³ Заправо, оно што може бити вредновано као морално није компанија сама по себи, већ циљеви ради којих је основана и које настоји да реализује, као и поступци или радње које у склопу своје делатности преузима. Морална одговорност организација само је термиолошки аналогна, али не и идентична моралности појединаца.

Важна карика која повезује моралну одговорност запослених у организацији са циљевима и одговорношћу компанија је организациона култура. Организациону културу креирају појединци те организације, и она установљењем постаје обавезујућа за запослене, што се често прецизира етичким кодексом. Она је битан елемент који утиче како на личност менаџера, тако и на све запослене. Суштина организационе културе једне организације је у њеном начину рада који је прати као "лични печат" препознатљив међу клијентима, али и свима онима који имају пословне аранжмане са њом. Или прецизније речено, организациона култура је систем вредности, основних начела и норми понашања, веровања, ставова који обликују њен идентитет различито од других. Неки од ових елемената су видљиви – квалитет производа, услуга, понашање, језик, пословно комуницирање, етички аспекти коришћења моћи у хијерархијској структури, симболи и слично. Важнији део су прокламоване заједничке вредности организације које имају обавезујући карактер за све запослене. Етика пословања долази до изражаја како у односу на екстерну средину и у детерминисању организационих циљева, тако и као интегративни фактор свих запослених, што подразумева утицај на поступке и понашање запослених у организацији. У теорији се наводе примери када је организациона култура допринела успеху компанија које су етички поступале, од којих је најпознатији случај корпорације Џонсон и Џонсон (Johnson & Johnson) из 1982. године,¹⁴ и супротно, када је организациона култура, неф-

¹³ В. Мајкл Хофман (Hoffman W. Michael) Шта је неопходно за постизање високе моралности корпорације? у: *Пословна етика*, нав. дело., стр. 61–62

¹⁴ У већем броју књига наводи се пример компаније "Џонсон и Џонсон" која је производила тајленол, водећи лек у ублажавању болова који је био највећа појединачна робна марка ове компаније и доносио 17–18% приходка корпорације. Седам особа је умрло од цијанида унетог у капсуле тајленола, а да се није знало да ли је ци-

лексибилна на промене у друштву, или одређене жеље, аспирације и циљеве менаџера или власника, допринела незавидном положају тих компанија.

Да ли ће организациона култура изражавати вредносну оријентацију запослених и посебно менаџера, зависи од вредносне оријентације појединаца.¹⁵ Много је једноставнија ситуација да, уколико менаџер не може да прихватити и реализује систем вредности организационе културе, напусти фирму, него да ради насупрот својим моралним начелима или одређењима и циљевима организације. То је свакако лакше у срединама у којима постоји толерантна стопа незапослености, него што је то сада у нашој земљи, у којој често не постоји могућност организација да остваре ни законску ни етичку обавезу.

Таква ситуација је карактеристична за веће организације у Србији, преостале из социјалистичког периода, које нису у стању да омогуће довољну безбедност запослених радника или спрече угрожавање животне средине, или и једно и друго, и једине алтернативе – да престану са радом. Тачно је да се ради о техничко-технолошким решењима, али када она не могу да се реализују из финансијских, а не и неких других разлога, то постаје питање поређења вредности: рада с ризиком који угрожава запослене и околину и с друге стране престанка рада који такође угрожава егзистенцију запослених и њихових породица. И поред тога што су сви учесници свесни ризика, а с тим често упозната и јавност, сматра се да је то још увек мање зло него да фабрика не ради. Таква врста проблема се не може решавати на јединствено морално исправан начин. Питање одговорности може да обухвати широк круг лица, од оних која су пројектовала, или лошим пословањем и небригом, па можда и бомбардовањем, довела до такве ситуације. Са етичке тачке гледишта, акутно решавање проблема се мора сагледати с обзиром на то до које мере се може уважити процена прихватљивог ризика. То је питање које треба да се решава за сваку организацију, сваки производ, и посебно последице које из тога произилазе.

јанид унет у бочице током процеса производње или после тога, али се фирма суочила с могућном пропашћу. Влада није наложила да се предузму било какве специфичне радње, а америчка управа за храну и лекове је издала упозорење да се не пије тајленол. Фирма је наложила тренутно повлачење лека јер је безбедност ставила на прво место и јер је то налагало начело компаније. Овај случај се претворио у легенду као долична одлука с етичке тачке гледишта иако је штета износила 100 милиона долара и пад акцијског капитала. Компаније је била отворена у давању информација јавности и током 18 месеци повратила 95% ранијег удела на тржишту. Упркос овом примеру, многе компаније у неким сличним и другим ситуацијама нису поступале етички коректно, јер уколико се нису изричито оглушиле о закон, ишле су даље у остваривању добити. Према: Ричард Т. Ди Џорџ, нав. дело., стр. 15-16

¹⁵ Вера Минић, Однос пословне етике и друштвених вредности, Факултет организационих наука, Зборник радова – SymOrg 2004.

Vera Minić
Faculty of Management
„Braća Karić“
Belgrade

S u m m a r y

ETHICAL DIMENSION OF DOING BUSINESS IN TRANSITIONAL PROCESSES

Insufficient ethical component of doing business is one of the problems which transitional countries are being faced with. This is not only a characteristic feature of these countries, but taking our country into consideration, this is liable to be described as an ethical crisis. Numerous examples can confirm this statement and these can be encountered in many domestic companies, institutions and individuals, and also many warnings from abroad. At the level of the state, i.e. the global society, a way of doing business gets appropriate characteristics, and also recommendations, whether business in international relations in this environment should be done or not. An analysis of some of the key parameters of ethical crisis in business leads to the fact that they are the result of inherited and present social conditions and relations.

Keywords: business ethics, society conditions, system of values, moral