

Пословна етика – изазови менаџмента

Business ethics - challenge for management

Тихомир Вранешевић*

Економски факултет, Свеучилиште у Загребу
Загреб, Хрватска

Сажетак: У данашњим условима глобализације, преовлађујуће одлике светске привреде, прихваћеност одређених етичких принципа је од велике важности, јер се етика може појавити као важан чинилац (фактор) конкурентских предности на појединим тржиштима. Резултати истраживања ставова могу предвиђати будуће намере будућих активних субјеката (менаџера) на хрватском тржишту. Резултати показују ставове студената Економског факултета Универзитета у Загребу током дужег времена (1996, 2007. и 2015. године), уопштено посматрано према неким њиховим обележјима, па се могу препознати поједини трендови.

Дугорочно, резултати би могли утицати на изучавање етичких питања у процесу образовања за пословно управљање и било би пожељно и премашити постојеће формалне норме и постављене стандарде како би се реализовало одговорно понашање предузећа, које може бити повезано и с одрживим развојем, али и са животним условима будућих генерација друштва.

Кључне речи: пословна етика, студенти, изазови менаџмента, поређење резултата.

Abstract: In today's globalization process and economic crisis, the realization of ethical principles is of utmost importance, since ethics may appear as the crucial factor in terms of comparative advantages. Research results indicate changes in business behavior ethics with respect to possible business situation under consideration among students. Paper will show changes in long-term period by comparing results from researches conducted in 1996, 2007 and 2015. Survey is conducted among students of business economy at Faculty of Business and Economy University of Zagreb as future active participants in Croatian economy.

On long term basis, results could influence treatment of ethical issues through the process of management education and it would be desirable to exceed existing formal and the accepted standards in order to realize the responsible behavior that can be linked with sustainable development but also with living conditions of future generations of society.

Keywords: business ethics, students, challenge for management, comparison of results.

Увод

Намера проучавања етике се може сагледати указивањем на поједине облике понашања који већина може посматрати као друштвено пожељне, односно етичне, или друштвено непожељне, односно неетичне. Сагледавање „ко“, „када“ и „како“ процењује шта је етично, а шта неетично, основни је темељ сваког изучавања етике, па је разумљиво да се може рећи да је основни задатак етике „одредити међуоднос између морала и осталих подручја друштвеног живота...“ (Pulišelić, 1980, стр. 379).

Пословна етика је процена пословних активности у смислу да ли су оне етичне или нису. Свет генерално, а посебно пословање, доживљавају велике

* ✉ tvranesevic@efzg.hr

промене у последње време, и није необично да се све већа пажња поклања и пословној етици. Уопштено, етику треба посматрати као динамичан феномен, што баца посебно светло на изучавање (не)етичног понашања. Са становишта етике у пословању важност изучавања етике повећава се с повећавањем разноликости тржишта на којима се делује, као и с разноликошћу и специфичношћу група потрошача чије се потребе желе подмиривати.

Један од разлога за истраживање ставова о етичности у понашању јесте покушај за ширење стандарда и преовлађујућих етичких принципа. На тај начин се може: а) открити шта се сматра етичним понашањем; и б) открити могући отклони, одступања и искушења према неетичном понашању пре него што се они заиста догоде у стварном животу.

У свакодневној пословној пракси менаџери се сусрећу с властитим етичким дилемама или с етичким дилемама других особа, због разноврсности активности које сами предузимају, али и људи с којима долазе у контакт (сарадници, потрошачи, конкуренти...). Неки људи су спремни на неетично понашање како би стекли друштвени углед, друштвену и другу моћ, погодности или новац... или, како се погрешно често тумачи и каже – „успех“. Етика није прописана и неки људи ће бити склони неетичном понашању све док не постоји јасна осуда већине, при чему се може поставити питање шта је то што је за већину етички (не)прихватљиво понашање. Резултат (не)етичног понашања може бити лични (не)мир, лична (не)пријатност, односно (не)добар осећај, као и (пр)осуда других (најчешће се мисли на већину), али резултат може бити везан и/или за њихову позицију и (не)напредовање, друштвени положај, утицај и (не)моћ, као и материјалну (новчану) награду или казну.

Више од две трећине доносилаца одлука на нивоу корпоративног управљања (*corporate decision makers*) сусрећу се са сталним шансама да чине етичке компромисе како би остварили фирмину или властиту добит (Matlby, 1988). Пословна етика је првенствено ствар поверења и односа између појединаца и/или компанија. То нас уводи у неопходност разматрања етичких стандарда у различитим културама, друштвеним уређењима, различитим државама, у зависности од различитих нивоа развоја, па самим тиме и о економској развијености. Посебно треба напоменути да „у сваком друштву [друштвеној заједници, прим. аут.] етички стандарди су повезани са [тачно, прим. аут.] одређеним идеалима или моделима“ (Supek, 1972, 167) понашања, што може бити од значаја за све који желе имати активну улогу у глобализованом свету.

1. Концептуални оквир

Пословна етика је дуже време била предмет изучавања и теоријских и емпиријских истраживања. Теоријски модел доношења етичких одлука у пословању уобичајено наглашава особне одлике и утицај организације (фирме) у

дефинисању етичких одлука и етичног понашања у пословању (Ferrell, Gresham, 1985). Истовремено, емпиријска истраживања откривају позитивну повезаност између доношења етичких одлука и личних одлика (тј. пола), али и радног искуства (Posner, 1986), личних етичких избора и ставова (Forsyth, Pope, 1984), менаџерског стила вођења (Fritscher, Becker, 1984), радног окружења – радне атмосфере (Gartner, 1991), али, такође и етичке обуке (Arlow, Ulrich, 1985; Penn, Collier, 1985).

Етичко понашање се учи у породици, у контактима с пријатељима, сарадницима и познаницима, у цркви, у школи... Свака од тих група има своја, најчешће неписана правила понашања, систем вредности и преовлађујуће ставове. Могло би се рећи има своје „стандарде“. Што више времена појединац проведе у одређеном систему вредности везаном за етичко понашање у појединој групи, тада ће постојати и већа вероватноћа да ће тај систем вредности етичког понашања и примењивати и у контакту с том, али и у контакту с другим групама. Дакле, можда би се могло тврдити да се увек једна група намеће као доминантна, а да је та доминација резултат времена проведеног у дружењу у тој групи. Тако би се могла повући паралела и с етичким пословањем – представа запослених у погледу етичких одлика њихових сарадника (колега) и надређених често има бољи предвиђајући карактер њиховог понашања него њихов властити морални и етички систем вредности (Ferrell, Gresham, 1985).

Немају сви људи склоност ка етичном понашању – такозвани друштвени „социопати“ јесу они који на неетичан начин користе односе и организацију (фирму, економски субјект) за властити интерес, а чега је врхунац стварање властите „друштвене“ мреже, која резултира друштвеном улогом и моћи науштрб свих осталих, што је понекад тешко једноставно препознати као неетично понашање, јер такво се понашање прикрива и то првенствено тзв. општедруштвеним корисним циљевима, или се представља као последица личних способности и амбиције. Међутим, чим се до тога долази неетичним понашањем, то је за осуду. Не само због тога већ и уопште, образовне институције и предузећа (радне организације, привредни субјекти) треба да подуче људе етици и усмере их и мотивишу да се етично понашају, јер иако појединци могу имати добре намере, те пуке добре намере етичног понашања нису увек довољне (Trevino, Nelson, 2010, стр. 19). Свакако да намере могу бити добар предиктор, али, на крају, понашање је то које је битно, а оно се може разликовати од намера. Потребно знање и вештине потребне за доношење етичких одлука у појединим делатностима и сложеним привредним субјектима могу бити узрок бројних личних етичких дилема, због чега треба да постоји могућност да се то знање и вештина стекну за време формалног образовног процеса, али и да се континуирано усавршавају током целог радног века.

Бројне мултинационалне компаније делују глобално, цели свет постаје јединствено тржиште, на којем се бројни могу такмичити (свакако, уз уважавање конкурентских снага и способности, и улазних баријера на појединим тржиштима и делатностима), па је разумљиво да различите културе и системи вредности различитих група долазе у контакт. При томе, треба напоменути и да интереси могу бити – а најчешће и јесу – различити. То све могу бити оправдани разлози зашто пословна етика треба да буде предмет разматрања и изучавања и у пословним и у академским круговима.

2. Сврха истраживања

Презентовањем истраживања тежи се спознаји разматрања етике, и то првенствено са сврхом праћења основних постулата и кретања, као и предвиђања будућег оквира пословне етике у Хрватској. Основна намера јесте откривање и праћење постоје ли разлике у етичком разматрању и могућем будућем етичком понашању у пословању између различитих студентских група, посматрано по неким њиховим обележјима, као и мишљење студентске популације о потреби и начину изучавања етике током времена. Нека истраживања су показала да женски студенти (студенткиње) исказују веће етичке стандарде у односу на мушке студенте (Arlow, 1991; Peterson et al., 1991; Poorsoltan et al., 1991; Lane, 1995; Keith et al., 2009). Истовремено, нека истраживања говоре да нема разлике у односу на пол (Davis, Welton, 1991; Stanga, Tupen, 1991). Такође, занимљиво је анализирати да ли постоје разлике у зависности од тога да ли се студенти сматрају лидерима.

Детаљније, истраживање је замишљено тако да се спознају ставови студената како би се: (а) предвидело њихово будуће понашање у различитим могућим, не толико ретким, стварним пословним ситуацијама које могу представљати етичке дилеме и како би се могла открити матрица могућег (не)етичког понашања у пословању; (б) спознала повезаност између намера понашања и одлика студената, при чему се посебан нагласак ставља на пол испитаника и њихову (само)перцепцију себе као лидера; и (в) спознали студентски ставови у односу на постојећи нагласак на етику и начине изучавања етике у курикулуму пословног управљања. Све то се посматра током 19 година, у три наврата (1996, 2007. и 2015. године), с упоредивим истраживањима (исте ситуације; исти инструмент; упоредиви узорак испитаника; упоредиви начини контактирања испитаника). Резултати истраживања проведеног 1996. године и део теоријског разматрања били су објављени (Vranešević et al., 1998; Vranešević, Frajlić, 2003), и ти студенти који су учествовали 1996, сада имају четрдесетак година и већ су петнаестак година на тржишту рада. Они студенти који су учествовали 2007. године, имају тридесетак година и 4-5 година су на тржишту рада. Студенти који су учествовали 2015. године ће се у тржиште рада укључити кроз 2-3 године.

3. Методологија

Инструмент истраживања – анкетни упитник. Анкетни упитник је развијен на основу изучавања литературе у којој су презентовани налази истраживања (Ferrell, Skinner, 1988, Lane, 1995; Pizzolato, Bevill, 1996), као и на основу личне просудбе о учесталости и важности различитих пословних дилема. У анкетном упитнику је 20 представљених пословних ситуација и везаних одлука, на које испитаници (студенти) треба да искажу степен свог слагања или неслагања на лествици од 1 до 5, где је 1 означено наводом „у потпуности се слажем“, а 5 наводом „у потпуности се не слажем“. Идеја је била да се покушају представити стварне и не изразито комплексне пословне ситуације. Скоро све тврдње представљају неетичне пословне одлуке и/или понашање (изузев тврдњи за ситуације 1 и 2, које су након прикупљања одговора, а пре анализе, „пребачене“ у неетичне одлуке/ситуације). Одлуке/ситуације су приказане у табелама бр. 2, 3. и 4. Свакако да се уважава то да неко може сматрати да ситуације нису добро одабране, и то може бити предмет приговора и дискусије, али и даљег унапређења инструмента истраживања. Након што су студенти исказали ниво свог (не)слагања с представљеним ситуацијама, понашањима или одлукама, од њих се тражило да искажу своје слагање с питањима везаним за етику у оквиру образовног програма, да одговоре на питања о социо-демографским обележјима, и на питања везана за њихове преференције о тимском раду, сматрају ли се лидером, да ли би радије радили у приватном или јавном предузећу, а неки резултати су представљени у наставку, уз поређење сва три истраживања.

Узорак и узорковање. Узорак у сва три истраживања је био намеран узорак студената Економског факултета Универзитета у Загребу, који су били на предавању или вежби током спровођења испитивања. Анкетни упитници у папирној форми су им дати на почетку часа, тј. предавања, при чему се чекало да их испуне, након чега су и покупљени. У последњем истраживању, 2015, један део одговора је прикупљен онлајн дистрибуираним анкетним упитницима студентима (укупно 186, што чини 38% укупног узорка за трећи талас истраживања; стопа поврата је била 27,5%). Онлајн узорковањем је контактирано 677 студената, а 10 дана након првог контакта, студенти који нису испунили анкетни упитник били су поново контактирани, с молбом да испуне анкетни упитник. Адресе студената на које се слао линк с онлајн анкетним упитником јесу регуларне базе предметних предавача, који те адресе користе за комуницирање и слање обавештења студентима. Стопа поврата по првом контактирању била је 14,6%, тј. 99 од 677 студената; није било намерног преклапања између студената који су испуњавали упитник у папирној форми и онлајн анкетног упитника, као ни преклапања студената у првом контакту и подсећању у онлајн испитивању. Испитивање је било анонимно, испитаници су упоредиви с обзиром на годину студирања предболоњског система (преддипломске студије Пословне економије на ЕФЗГ траје четири године:

bachelor), и на дипломским студијама (*master*, пет година студирања). Прво истраживање спроведено је у новембру 1996. године, а узорак је чинило 397 студената. Друго истраживање је спроведено у априлу 2007, а узорак је чинило 425 студената. Треће истраживање је спроведено у марту 2015. године, а узорак је чинило 485 студената. Свака од ове три године (1996, 2007. и 2015) је на одређен начин значајна: прва послератна година, година у дужем раздобљу интензивног раста, и седма година у раздобљу кризе. Или, када би то сликовито требало исказати: „година поноса и славе“, „година бљештавила“, и „година сурове реалности“, у свеобухватној дуготрајној кризи.

Анализа. У складу с циљевима истраживања, за анализу су биле примарне дистрибуције фреквенција појединих одговора, како би се могла направити компарација у различитим истраживањима, као и средње оцене, како би се могла направити компарација, и т-тестом спознати јесу ли разлике статистички значајне за све наведене ситуације, и то на нивоу сваког истраживања у односу на пол испитаника и у односу на то сматрају ли се лидером или се не сматрају. Одређени прелиминарни кораци су направљени пре саме анализе – одговори на питање сматрају ли се испитаници (сами себе) а) лидером, б) следбеником, или в) „нешто између“, сврстани су у две категорије: лидер и нелидер. Будући да су скоро све ситуације представљале неетичко понашање (њих 18 од 20), а две ситуације које су представљале етично понашање су „претворене/замене“ неетичним ситуацијама – дакле, ситуације 1 и 2 су на тај начин претворене у ситуације да испитаник „не би“ пријавио/ла шефа... и „не би“ пружио/ла клијентима... Ово је изведено уз слободну претпоставку да исказано слагање с етичком ситуацијом кореспондира с неслагањем с неетичком ситуацијом. Општа питања везана за етику и важност изучавања етике током образовног процеса обрађена су тако да су откривене фреквенције одговора које су исказане релативним показатељима (%), да би се лакше уочило постојање евентуалних разлика у одговорима током времена.

Карактеристике узорка. Узорак у свакој години истраживања посматран је по својим основним карактеристикама, по којима су разматрани остали резултати, а то су пол испитаника и њихова (само)процена о томе да ли су лидери или нису. Основне карактеристике узорка приказане су у табели број 1.

Табела 1. Карактеристике узорка

Година	Укупно	Мушких	Женских	Лидери	Нелидери
1996.	397 (100%)	112 (28%)	285 (72%)	91 (23%)	308 (77%)
2007.	425 (100%)	107 (25%)	318 (75%)	147 (35%)	278 (65%)
2015.	486 (100%)	145 (30%)	341 (70%)	196 (40%)	290 (60%)

Извор: Аутор

Према полу испитаника узорци у појединим истраживањима су слични и заступљеније су студенткиње у односу на студенте. Изразита је тенденција повећања броја студената који се (само)процењују као лидери, а што може указивати на промене у образовном систему и/или друштву у целини.

4. Резултати

Средње вредности за сва три спроведена истраживања на нивоу збирних узорака дате су у табели број 2.

Табела 2. Средње вредности слагања с пословним ситуацијама /тврдњама, при чему 1 представља слагање у потпуности, а 5 неслагање у потпуности, на нивоу укупних узорака према времену спроведених истраживања, средње оцене

JA	1996.	2007.	2015.
01. не бих пријавио/ла шефа који вара на путним трошковима или трошковима репрезентације	3,40	3,01	3,28
02. не бих пружио/ла својим клијентима у потпуности истинит приказ посла који обављам за њих, а на њихов захтев	4,15	4,03	4,13
03. бих приказивао/ла девојке и момке (манекене и манекенке) у доњем рубљу при оглашавању мотоцикла	3,19	2,97	3,12
04. бих приказао/ла тек део података, јер знам да се коначан резултат студије не би свидео мом клијенту	3,41	3,41	3,37
05. не бих узео/ла у обзир еколошке проблеме како би могао/ла остварити корист за своје предузеће	4,34	4,09	3,85
06. бих настојао/ла запослити особу лепог изгледа за сарадника	3,16	3,33	3,42
07. бих подузео/ла лажно истраживање у сврху прикупљања података о клијентима	3,96	4,04	4,05
08. не бих рекао/ла потпуну истину мојим клијентима о одређеним стварима у намери да заштитим предузеће у којем сам менаџер	2,51	3,02	3,10
09. бих донекле искривио/ла чињенице у намери остваривања мојих личних пословних циљева	3,46	3,43	3,49
10. бих прибавио/ла цене конкурената на начин да се претварам да сам купац	2,16	2,42	2,40
11. бих утрошио/ла више времена за обављање посла него што је потребно	3,15	2,64	2,59
12. бих успехе туђег рада приказао/ла и као своје	4,64	4,45	4,36
13. не бих рекао/ла целу истину мојим клијентима о одређеним стварима у намери да заштитим свој интерес	3,17	3,40	3,47
14. бих продао/ла „трећој“ страни резултате истраживања тржишта за клијента	4,27	4,09	4,14
15. бих користио/ла услуге предузећа за личну корист	3,57	3,27	3,47

16. бих направио/ла пословни договор с предузећем које је познато по томе да не води бригу о еколошким проблемима	4,12	3,79	3,55
17. бих потајно узимао/ла материјал и ситни инвентар предузећа	4,24	3,64	3,77
18. бих наставио/ла с пројектом иако сам спознао да сам пре направио/ла озбиљну грешку, али грешку коју нико не може препознати	3,74	3,44	3,50
19. бих направио/ла компромис у односу на поузданост студије (или података) у сврху завршетка пројекта	3,29	3,11	3,14
20. бих обављао/ла личне послове у радно време предузећа	3,57	3,11	3,31

Извор: Аутор

Напомена: Приказане су средње оцене одговора на лествици од 1 до 5, где 1 представља слагање у потпуности, а 5 неслагање у потпуности.

На збирном нивоу не јављају се веће разлике, осим што се може приметити да су испитаници били нешто више склони неетичном понашању у 2007. години, а етичнијем понашању у 1996. години, а то се може потврдити и посматрањем збира свих средњих оцена по годинама/истраживањима: 71,5 у 1996; 68,7 у 2007. и 69,5 у 2015. години.

У табелама бр. 3 и 4 приказане су све средње вредности у појединим истраживањима према години њиховог спровођења у односу на основна обележја кроз која су она посматрана: према полу (мушко vs женско) и према томе доживљавају ли студенти себе лидерима или не, и анализом постоје ли статистички значајне разлике у средњим оценама које представљају збирне показатеље одговора на лествици од 1 до 5.

Табела 3. Средње вредности слагања с пословним ситуацијама/тврдњама према полу као истраживаном обележју испитаника, при чему 1 представља слагање у потпуности, а 5 неслагање у потпуности на нивоу укупних узорака према времену спроведених истраживања

ЈА	1996.		2007.		2015.	
	Мушко	Женско	Мушко	Женско	Мушко	Женско
01. не бих пријавио/ла шефа који вара на путним трошковима или трошковима репрезентације	3,27	3,45	2,90	3,05	3,30	3,27
02. не бих пружио/ла својим клијентима у потпуности истинит приказ посла који обављам за њих, а на њихов захтев	3,98	4,22	3,78	4,12	4,02	4,18
03. бих приказивао/ла девојке и момке (манекене и манекенке) у доњем рубљу при оглашавању мотоцикла	2,10	3,62	2,15	3,24	2,50	3,39

04. бих приказао/ла тек део података, јер знам да се коначан резултат студије не би свидео мом клијенту	3,31	3,45	3,22	3,47	3,13	3,47
05. не бих узео/ла у обзир еколошке проблеме како би могао/ла остварити корист за своје предузеће	3,97	4,49	3,81	4,19	3,44	4,02
06. бих настојао/ла запослити особу лепог изгледа за сарадника	2,59	3,39	2,74	3,53	2,96	3,62
07. бих подузео/ла лажно истраживање у сврху прикупљања података о клијентима	3,73	4,05	3,59	4,19	3,86	4,13
08. не бих рекао/ла потпуну истину мојим клијентима о одређеним стварима у намери да заштитим предузеће у којем сам менаџер	2,48	2,63	2,78	3,11	2,70	3,27
09. бих донекле искривио/ла чињенице у намери остваривања мојих личних пословних циљева	3,04	3,63	2,98	3,58	3,13	3,65
10. бих прибавио/ла цене конкурената на начин да се претварам да сам купац	1,80	2,30	2,03	2,56	2,15	2,50
11. бих утрошио/ла више времена за обављање посла него што је потребно	3,11	3,16	2,55	2,67	2,51	2,62
12. бих успехе туђег рада приказао/ла и као своје	4,45	4,72	4,15	4,55	4,30	4,38
13. не бих рекао/ла целу истину мојим клијентима о одређеним стварима у намери да заштитим свој интерес	2,90	3,28	3,11	3,50	3,19	3,59
14. бих продао/ла „трећој“ страни резултате истраживања тржишта за клијента	3,93	4,41	3,69	4,22	3,93	4,22
15. бих користио/ла услуге предузећа за личну корист	3,30	3,68	2,83	3,42	3,21	3,58
16. бих направио/ла пословни договор с предузећем које је познато по томе да не води бригу о екол. проблемима	3,65	4,30	3,40	3,92	3,21	3,70
17. бих потајно узимао/ла материјал и ситни инвентар предузећа	4,10	4,29	3,41	3,72	3,76	3,78
18. бих наставио/ла с пројектом иако сам спознао да сам пре направио/ла озбиљну грешку, али грешку коју нико не може препознати	3,45	3,85	3,08	3,57	3,17	3,63

19. бих направио/ла компромис у односу на поузданост студије (или података) у сврху завршетка пројекта	3,12	3,35	2,93	3,18	2,99	3,20
20. бих обављао/ла личне послове у радно време предузећа	3,35	3,65	2,73	3,23	3,01	3,44

Извор: Аутор

Напомена: Осенчено – статистички значајне разлике средњих оцена т-теста на независне узорке уз $p < 0,05$.

По правилу, студенткиње исказују веће намере етичнијег понашања од њихових мушких колега, посматрано кроз средње оцене њихових одговора. Статистички значајне разлике средњих оцена су утврђене у 14 ситуација 1996. године; 18 ситуација 2007. године и 15 ситуација 2015. године.

Табела 4. Средње вредности слагања с пословним ситуацијама/тврдњама према (само)процени лидера као истраживаном обележју испитаника, при чему 1 представља слагање у потпуности, а 5 неслагање у потпуности на нивоу укупних узорака према времену спроведених истраживања

ЈА	1996.		2007.		2015.	
	Лидери	Нелидери	Лидери	Нелидери	Лидери	Нелидери
01. не бих пријавио/ла шефа који вара на путним трошковима или трошковима репрезентације	3,33	3,42	3,07	2,99	3,25	3,29
02. не бих пружио/ла својим клијентима у потпуности истинит приказ посла који обављам за њих, а на њихов захтев	4,14	4,15	4,02	4,04	4,11	4,15
03. бих приказивао/ла девојке и момке (манекене и манекенке) у доњем рубљу при оглашавању мотоцикла	2,92	3,30	2,76	3,08	2,86	3,30
04. бих приказао/ла тек део података, јер знам да се коначан резултат студије не би свидео мом клијенту	3,38	3,42	3,38	3,42	3,23	3,47
05. не бих узео/ла у обзир екол. проблеме како би могао/ла остварити корист за своје предузеће	3,33	3,42	4,03	4,13	3,72	3,94
06. бих настојао/ла запослити особу лепог изгледа за сарадника	4,14	4,15	3,20	3,40	3,23	3,55

07. бих подузео/ла лажно истраживање у сврху прикупљања података о клијентима	2,92	3,30	3,97	4,08	3,84	4,19
08. не бих рекао/ла потпуну истину мојим клијентима о одређеним стварима у намери да заштитим предузеће у којем сам менаџер	3,38	3,42	2,96	3,06	2,96	3,19
09. бих донекле искривио/ла чињенице у намери остваривања мојих личних пословних циљева	3,33	3,42	3,29	3,50	3,33	3,60
10. бих прибавио/ла цене конкурената на начин да се претварам да сам купац	4,14	4,15	2,24	2,52	2,31	2,46
11. бих утрошио/ла више времена за обављање посла него што је потребно	2,92	3,30	2,45	2,74	2,62	2,57
12. бих успехе туђег рада приказао/ла и као своје	3,38	3,42	4,45	4,45	4,37	4,35
13. не бих рекао/ла целу истину мојим клијентима о одр. стварима у намери да заштитим свој интерес	3,33	3,42	3,41	3,40	3,38	3,53
14. бих продао/ла „трећој“ страни резултате истраживања тржишта за клијента	4,14	4,15	4,18	4,04	4,19	4,10
15. бих користио/ла услуге предузећа за личну корист	2,92	3,30	3,21	3,31	3,37	3,53
16. бих направио/ла пословни договор с предузећем које је познато по томе да не води бригу о екол. Проблемима	3,38	3,42	3,81	3,77	3,52	3,58
17. бих потајно узимао/ла материјал и ситни инвентар предузећа	3,33	3,42	3,61	3,66	3,82	3,74
18. бих наставио/ла с пројектом иако сам спознао да сам пре направио/ла озбиљну грешку, али грешку коју нико не може препознати	4,14	4,15	3,37	3,49	3,51	3,49

19. бих направио/ла компромис у односу на поузданост студије (или података) у сврху завршетка пројекта	2,92	3,30	3,06	3,14	3,13	3,14
20. бих обављао/ла личне послове у радно време предузећа	3,38	3,42	2,97	3,18	3,25	3,36

Извор: Аутор

Напомена: Осенчено – статистички значајне разлике средњих оцена т-теста на независне узорке уз $p < 0,05$.

Студенти који се (само)процењују као лидери исказују мање намере етичнијег понашања од њихових колега који се (само)процењују као нелидери, посматрано кроз средње оцене њихових одговора. Статистички значајне разлике средњих оцена се јављају у четири ситуације 1996. и 2007. године, и у пет ситуација 2015. године. У једној ситуацији нелидери исказују мање намере неетичног понашања (у 2007. и 2015. години) (ситуација број 14), и у једној ситуацији (број 11) у 2015. години, али није утврђена статистичка значајност тих разлика уз $p < 0,05$.

На тврдње „предавачи на додипломској настави треба да наглашавају етику у настави“ и „етичка питања су довољно наглашена у мом додипломском програму“ добијени су одговори који су приказани у табелама бр. 5 и 6.

Табела 5. (Не)слагање с тврдњом: Предавачи на додипломској настави треба да наглашавају етику у настави у сва три истраживања (1996, 2007, и 2015. године); %

Одговор	1996.	2007.	2015.
У потпуности се слажем	29,7	30,6	29,8
Слажем се	56,7	55,8	52,9
Немам став	10,3	10,8	13,6
Не слажем се	2,0	2,6	2,5
У потпуности се не слажем	1,3	0,2	1,2

Извор: Аутор

Лако је препознати да се студенти великом већином (8 од 10 студената; 86,4% 1996. и 2007, и 82,7% 2015. године) слажу и/или у потпуности слажу да предавачи на додипломској настави треба да наглашавају етику у настави у сва три истраживања.

Табела 6. (Не)слагање с тврдњом: Етичка питања су довољно наглашена у мом додипломском програму у сва три истраживања (1996, 2007, и 2015. године); %

Одговор	1996.	2007.	2015.
У потпуности се слажем	5,0	2,8	1,6
Слажем се	31,7	20,2	27,0
Немам став	26,7	28,9	34,6
Не слажем се	32,2	42,6	34,2
У потпуности се не слажем	3,8	5,4	2,7

Извор: Аутор

Мањи број студената се слаже с тврдњом да су етичка питања (била) довољно наглашена у додипломском програму, при чему је најмање слагање било у 2007. години, а највеће слагање у 1996. години.

Одговори како студенти у сва три истраживања уопштено оцењују: а) едукацију из подручја пословне етике; б) да ли их је додипломска настава припремила за рад с питањима етике; и в) да ли се њихово мишљење о питањима пословне етике променило од када су почели да студирају, приказани су у табелама бр. 7, 8 и 9.

Табела 7. Одговори на питање: „Уопштено, како оцењујете едукацију из подручја пословне етике у додипломској настави?“, у сва три истраживања (1996, 2007. и 2015. године); %

Одговор	1996.	2007.	2015.
Изврсно	2,7	2,4	1,4
Врло добро	13,7	13,4	18,7
Нити добро нити лоше	54,3	57,4	59,1
Донекле лоше	15,2	14,6	12,1
Лоше	14,1	12,2	8,6

Извор: Аутор

Тек мањи број студената оцењује едукацију из подручја пословне етике изврсно или врло добром у сва три истраживања, при чему већина њих оцењује ту едукацију као нити добру нити лошу.

Табела 8. Одговори на питање: „Мислите ли да вас је едукација на додипломској настави припремила за рад с питањима етике у стварном пословном свету?“, у сва три истраживања (1996, 2007. и 2015. године); %

Одговор	1996.	2007.	2015.
Изразито јесте	0,7	3,5	0,8
Одговарајуће и довољно	13,9	16,0	21,4
Донекле	54,9	50,4	53,3
Уопште није	30,5	30,1	24,5

Извор: Аутор

15% (1996), 20% (2007), до 22% (2015) студената мисли да их је едукација на додипломској настави изразито и/или одговарајуће и довољно припремила за рад с питањима етике у стварном пословном свету. Уз чињеницу да је то изразито мали број студената (тек 1 од 5 студента – може се тврдити), тек донекле охрабрује благи раст броја студената који тако мисле.

Табела 9. Одговори на питање: „Да ли се ваше мишљење о питањима пословне етике променило од када сте почели да студирате?“, у сва три истраживања (1996, 2007. и 2015. године); %

Одговор	1996.	2007.	2015.
Да, значајно	10,1	9,6	10,9
Да, донекле	52,8	50,1	49,4
Уопште није	37,1	40,2	39,7

Извор: Аутор

Чињеница је да 37% до 40% испитаника у сва три истраживања исказује да се њихово мишљење о питањима пословне етике уопште није променило од када су почели да студирају, што указује на то да се код већине оно ипак мења, што и указује на важност изучавања етике у пословању на додипломској, односно на преддипломској настави.

5. Ограничења

Ограничења истраживања пре свега леже у томе што је оно спроведено само на Економском факултету Универзитета у Загребу. Такође, студентска популација пословних школа је релативно мала у односу на целокупну пословну популацију. Узорак је релативно мали, а узорковање је 1996. и 2007. било одговарајуће (*convience sample*) и обухватило је студенте на настави, а у 2015. години је било комбиновано: на настави – студенти на настави (62% обрађеног коначног узорка) и онлајн испитивањем (38% обрађеног коначног узорка).

Ограничење може бити и то што је промењен образовни систем, па су у истраживање из 2015. године укључени и студенти са дипломских студија (уз студенте преддипломских студија – у складу с болоњским образовним процесом). На основу претходно наведеног, резултати се могу сматрати искључиво индикативним. Такође, без обзира на то што је генерално прихваћено

да се резултати истраживања на студентима могу добро пројектовати на популацију, па тако и истраживање ставова студената везано за пословну етику (Peterson et al., 1991), остаје неодређено како би и како ће студенти реаговати у стварним пословним ситуацијама (Murphy, 2010). Може се поставити питање колико је реакција на описно штуро презентоване ситуације добар предиктор како би се студенти понашали у стварним ситуацијама.

Додатно, слична истраживања би требало спровести на већем броју факултета, универзитета и школа, и то не само пословних, као и истраживања у другим земљама, како би се могле правити компарације.

Закључна разматрања

Поједина истраживања могу бити посматрана као покушај предвиђања понашања на хрватском тржишту у вези с наведеним пословним ситуацијама у одређеном времену. Исто тако, резултати могу бити посматрани и у односу на примену изучавања пословне етике на универзитетском нивоу, у вези с подручјем пословања и економије. Збирно посматрано, резултати указују на кретање пословне етике и њеног изучавања у дужем временском периоду (у складу с преовлађујућим околностима) у процесу образовања менаџера.

Засебно, резултати истраживања указују:

- удео студенткиња је већи у односу на студенте, и креће се од: 72% 1996, 75% 2007. и 70% 2015. године;
- удео студената који се (само)доживљавају лидерима се значајно повећава: 23% 1996, 35% 2007. и 40% 2015. године;
- студенткиње у већој мери исказују намере етичног понашања у односу на њихове мушке колеге: у 14 од 20 ситуација 1996; у 18 ситуација у 2007. и 15 ситуација 2015. године (статистички значајне разлике);
- студенти који се не (само)доживљавају лидерима исказују етичније понашање него њихове колеге који се (само)доживљавају лидерима: у четири од 20 ситуација 1996, у четири ситуације 2007. и пет ситуација 2015. године (напомена: може се претпоставити и да повећани број студенткиња неутралише повећан број „лидера“, односно њихових намера неетичнијег понашања).

Такође, може се запазити да према мишљењу студената пословна етика није довољно наглашена, нити изучавана у преддипломској настави (укључујући и дипломску наставу, према истраживању у 2015. години). Наглашеније изучавање етике би вероватно утицало на етичније понашање студената који ће бити менаџери у својој будућој пословној каријери. У све израженијим глобализацијским процесима, етичније понашање можда би у одређеним околностима могло бити кључна конкурентска предност у односу на друга

тржишта ако су остали чиниоци макрооколине слични. Пословна етика је значајан елемент чинилаца макрооколине, па је због тога важна чак и када се не би посебно указивало на њену важност. Дакле, више од 50% студената у сва три истраживања слаже се да „предавачи треба да наглашавају етику у настави“. Истовремено, мањина се слаже с тврдњом „етичка питања су довољно наглашена у мом програму“, што указује на очити јаз између онога што студенти желе и што им се пружа у оквиру њиховог програма, а усмерено је на изучавање етике у пословању.

Преко 60% студената тврди да се њихово мишљење о питањима пословне етике променило (значајно и/или донекле) од када су почели да студирају, што указује на то да се код већине оно мења током студирања. Етика у пословању је динамична категорија, која се мења током времена у зависности од околности, и која може бити различита у различитим културама и друштвима. Етика је усмерена на то да је исправно оно што друштво (заједница) сматра да је исправно, док се морал веже уз особу и њено веровање о томе шта је исправно или погрешно. Етиком се управља, одређује је друштво, и могуће ју је посматрати кроз одређено време и место, за разлику од личног морала, којег не ограничава нити време, нити место, нити друштвена заједница. То додатно указује на важност систематски осмишљеног изучавања етике у пословању на додипломској, односно на преддипломској и дипломској настави па и кроз цело животно учење.

Добијени резултати могу послужити за увид у стање и одређивање смерница за изучавање пословне етике. Код изучавања пословне етике треба континуирано стремити да се изучавају и да су преовлађујући етички принципи на вишем нивоу од постављених (не)формалних стандарда у пословању, јер се на тај начин реализује одговорно понашање предузећа, које може бити повезано и с одрживим развојем, али и са животним условима будућих генерација друштва.

Литература

- Arlow, P. (1991). Personal Characteristics in College Students – Evaluations of Business Ethics and Corporate Social Responsibility, *Journal of Business Ethics*, 10, 63–69.
- Arlow, P., Ulrich, T. A. (1985). Business Ethics and Business School Graduates: A longitudinal study, *Akron Business and Economics Review*, 16(Spring), 13–17.
- Davis, J. R., Welton, E. R. (1991). Professional Ethics: Business Students' Perceptions, *Journal of Business Ethics*, 6, 451–463.
- Ferrell, O. C., Gresham, L. G. (1985). A Contingency Framework for Understanding Ethical Decision Making in Marketing, *Journal of Marketing*, 49(3), 87–96.

- Ferrell, O. C., Skinner, J. S. (1988). Ethical Behaviour and Bureaucratic Structure in Marketing Research Organisations, *Journal of Marketing Research*, XXV, February, 103–109.
- Forsyth, D. R., Pope, W. R. (1984). Ethical Ideology and Judgements of Social Psychological Research: Multidimensional Analysis, *Journal of Personality and Social Psychology*, 46(6), 1365–1375.
- Fritsche, J. D., Becker, H. (1984). Ethical Behaviour of Marketing Managers, *Journal of Business Ethics*, 2, 291–299.
- Gartner, K. N. (1991). The Effect of Ethical Climate on Managers' Decisions. У: Coughlin, R. M. (ed.), *Morality, Rationality and Efficiency: New Perspective on Socio-economics*, Armonk, Sharpe, 211–223.
- Keith, K. N., Perreault, R., Chin, M., Keith, M. (2009). The Effect of Gender on the Importance of Business Ethics and Managerial Decisions: A Student Perspective. *Delta Pi Epsilon Journal*, 51(3), 125–136.
- Lane, J. (1995). Ethics of Business Students: Some Marketing Perspectives, *Journal of Business Ethics*, 15, 571–580.
- Maltby, E. D. (1988). The One-Minute Ethicist, *Cristianity Today*, February 19, 26–29.
- Murphy, P. E. (2010). *Marketing Theory: A Student Text*, SAGE, 95.
- Penn, W. Y., Collier, B. D. (1985). Current Research in Moral Development as a Decision Support System, *Journal of Business Ethics*, 4, 131–136.
- Peterson, R. A., Beltrami, F. R., Kozmetsky, G. (1991). Concerns of College Students Regarding Business Ethics: A replication, *Journal of Business Ethics*, 10, 733–738.
- Pizzolato, B. A., Beville, S. (1996). Business Ethics: A Classroom Priority?, *Journal of Business Ethics*, 15, 153–158.
- Poorsoltan, K., Amin, G. S., Tootonchi, A. (1991). Business Ethics: Views of Future Leaders, *SAM Advanced Management Journal*, (winter), 4–9.
- Posner, B. Z. (1986). Individual's Moral Judgement and its Impact on Group Processes, *International Journal of Management*, 3(2), 5–11.
- Pulišelić, S. (1980). *Osnove sociologije* (12. ed.), Zagreb: Informator, 379.
- Stanga, K. G., Tupen, A. R. (1991). Ethical Judgements on Selected Accounting Issues: An Empirical Study, *Journal of Business Ethics*, 10, 739–747.
- Supek, R. (1972). *Sociologija*, Zagreb: Školska knjiga, 166–169.
- Trevino, K. L., Nelson, A. K. (2010). *Managing Business Ethics*, John Wiley & Sons, 19.

Vranešević, T., Marušić, M., Gonan Božac, M. (1998). Business Ethics – Challenge for Management, *Izazovi managementa*, 17; Portorož, Slovenia: Book of Proceedings, 495–500.

Vranešević, T., Frajlić, D. (2003). Business Ethics as Competitive Advantage?, *Annals of DAAAM for 2003 & Proceedings of the 14th International DAAAM Symposium*, Sarajevo, 491–495.

Resume

In this paper authors try to represent and analyze research results, which indicate changes in business behavior ethics with respect to possible business situation under consideration among students. The authors show changes in long-term period by comparing results from researches conducted in 1996, 2007 and 2015. The survey was conducted among students of business economy at Faculty of Business and Economy University of Zagreb as future active participants in Croatian economy. But this fact, that entirely students from one Faculty take a part in this exploration, is also a weakness of this research. Because of the status of the respondents, it remains unclear how could they react in real business situations. The purpose of this paper was to show, that ethics are managed, it determines the society and it is possible to observe it in certain time and place. The authors recommended that in certain circumstances, such as the increasing influence of globalization process, ethical behavior might, or could be a key competitive advantage on global markets. The main conclusion of this paper and research is that accentuated study of ethics would probably affect the ethical behavior of students who will be managers in their future professional career.