

ПОСЛОВНА ЕТИКА

Др Иван Шијаковић⁴⁴

Rezi me

Savremena ekonomska i poslovna dinamika tra` i sve ve}u ot vorenost , slobodu i liberalizam svih ekonomskih subjekata. To podrazumeva visok stepen poverewa ili socijalnog kapitala, odnosno pokre}e dilemu o odnosu izme|u ekonomije i etike. Novija istra` ivawa u ovoj oblasti pokazuju da odsustvo et i-kih normi u poslovawu nanosi veliku {tetu kako pojedinim kompanijama, tako i ukupnoj svet skoj ekonomiji. Zbog toga se ovoj temi posve}uje sve vi}e pa` we u istra` ivawima i edukaciji.

Poslovna etika ima svoje dve osnovne dimenzije ispoqavawa i manifest ovawa, a to su kolektivna, grupna etika i etika pojedinca. Kolektivna etika ukqu-uje et i-ke postupke u poslovnim odlukama rukovodstva i menaxmenta kompanija koje se odnose na spoqa}we subjekte i okru`ewe, ali i et i-ke odnose unutar samih kompanija. Na drugoj strani, pojedinac koji ne poseduje elementarne principe li-ne poslovne etike, i ima deficit ukupnih moralnih standarda, uvek je spreman da izvr{i prevaru, da stavi svoje li-ne interese iznad kolektivnih, zakonskih, iznad normi obi-ajnog poslovnog morala i qudskog odnosa, da naru}i poslovnu klimu i atmosferu.

Osnovno pitawe koje se postavqa u analizi poslovne etike i odnosa ekonomije i etike jeste: gde je granica koja odre|uje da li je ne}to u poslovawu moralno ili nije? Odrediti granicu poslovne etike predst avqa veliki izazov za svakog rukovodioca i menaxera, ali i za sve zaposlene qude. To je pitawe li-ne odluke, vlastitog do`ivqaja situacije, potreba, interesa i motiva, pitawe vlastitog moralnog integriteta, ali i pitawe kulturnog nasle|a, o-ekivawa i pritisaka koji dolaze iz preduze}a i okru`ewa.

Kqu-ne re-i: poslovna etika, poverewe, socijalni kapital, poslovna klima, kolektivna etika, etika pojedinca, granica poslovne etike.

⁴⁴ Vanredni profesor na Ekonomskom fakultetu u Bawoj Luci.

УВОД

Od samog po~etka poslovanja i razvoja preduze}a, na~ina rada i sticawa profita, bogatstva i ostalih pogodnosti koje pru`a dobro i uspe{no poslovanje, name}e se jedno pitawe – ve~ita dilema: da li poslovanje ima dodirnih ta~aka sa moralom i moralnim delovanjem pojedinaца i grupa? To pitawe se mo`e postaviti i kao dilema o tome da li bogatstvo neminovno podrazumeva i sumwu, nepoverewe i zavist prema wegovom poreklu, na~inu sticawa i gomilawa. Posmatrawe odnosa izme|u poslovanja i etike mo`e se pro{iriti na na~in rada, kori{ }ewe prirodnih i ekonomskih resursa, vlasni~ke odnose, rukovo|ewe preduze}em, kvalitet rada, odnos prema zaposlenima, odnos prema lokalnoj zajednici, regiji, dr`avi. Mnogi }e konstatovati da istorijski razvoj ekonomskih odnosa ne ostavqa mnogo argumenata za tezu da je etika i poslovanje u neposrednoj vezi. Drugi }e pak re}i da etika i na~in rada, pogotovo upravqawa preduze}em i wegovog organizovawa, nemaju ni{ta zajedni~kog. Neki }e mo`da re}i da ekonomija nema ni kakvu obavezu ni ti potrebu da bude moralna, a ima i onih koji }e, sa dozom cinizma dodati da ekonomija, po svojoj su{tini, ne mo`e biti etična sve i kada bi to htela i nastojala da bude. Takvi }e “dobronamerno” savetovati sve one koji tra`e moralno postupanje u poslovanju, “neka idu u crkvu i neka se bave religijom umesto biznisom”.⁴⁵

Na drugoj strani, postoji mi{ }ewe da poslovanje bez moralnih kriterija i ekonomija bez etike ne mogu dati trajne, stabilne i značajne rezultate, niti neku konkretnu zajednicu u~initi sre}nom i prosperitetnom. Zbog toga se ~esto govori o potrebi uvo|ewa etičkog kodeksa u principe poslovanja, rada i rukovo|ewa u svim preduze}ima. Tu se jo{ javqa dilema o tome da li je poslovna etika stvar li~ne savesti direktora, menaxera, slu`benika, radnika, ili je to rezultat kolektivnog i zajedni~kog morala neke grupe, zajednice, sredine, dru{tva. U dana{we vreme, ozna~eno kao doba globalizacije, ova dva suprotstavqena stava o odnosu izme|u poslovanja i etike dobijaju sve vi{e na zna~aju i tra`e {to potpuniji i urgentniji odgovor koji }e biti potkrepqen svestranijim interdisciplinarnim istra`ivawem. ~ini se da je danas ovo pitawe ponovo aktualizovano i ono postaje nezaobilazno, kako u nerazvijenim zemqama, zemqama u procesu i

⁴⁵ Zastupnici ma ovog stava mo`e se odgovoriti da je crkva sve vi{e krenula ka biznisu. Navodi m dva karakteristi~na primera: Papa Jovan Pavle II objavio je 1999. godine *CD* pod nazivom *Abba Pater* sa rep muzikom, gde i sam repuje (*CD* se odli~no prodavao); drugi primer, na jednom univerzitetu u Britaniji mo`e da se studira crkveni menaxment.

periodu tranzicije, tako i u onim nerazvijenim ekonomijama i društvenim prostorima. Kako kaže Xon Kosta (*John Costa*),⁴⁶ poslovni svet je pun skandala od trgovine, banaka, osigurava do njihovih troškova menaxera. Ovde su pomenuti, kao ilustraciju, tri karakteristična primera koji rešito govore u prilog tezi o ponovnom i svakodnevnom propitvawu pojma i značewa onoga što se naziva poslovni moral. To su poznati slučaj poslovnog skandala sa velikom američkom kompanijom *Enron*, zatim sveži primer finansijskog skandala sa italijanskom prehrambenom kompanijom *Parmalat*, i kao treće, prevara prilikom prodaje akcija na *Bawalu-koj berzi*. Ova tri slučaja podstakla su nastanak ovog teksta koji želi da analizira temu našina poslovawa i etičkih dilema i problema koje iz toga nastaju.

Значај пословне етике

Poslovna etika najbolje dijagnostifikuje i odslikava ponašawe, delovawe i imix poslovnih ljudi. Nedostatak poslovne etike predstavqa prvi i osnovni uzrok da je, u "pogodnom" trenutku, u nekom preduzeću, kompaniji ili bilo kom poslovnom subjektu, dođi do izbijawa skandala i poremećaja poslovne atmosfere. U prva dva prethodno pomenuta skandala (*Enron* i *Parmalat*)⁴⁷ imamo primer nedostatka etike u samom rukovodstvu preduzeća. Upravni odbor, direktori i glavni menaxeri te dve kompanije nisu poštovali elementarne principe poslovnog morala, jer su prikrivali i lažno prikazivali podatke o finansijskom poslovawu i ukupnom stawu kompanija. Tako je uprava *Parmalata* pri kazala da je wen neto dug skoro osma puta mawi (1,81 milijarde evra) nego što je to kasnije utvrdila revizija na zahtev suda (14,3 milijarde evra). Slično je postupala, pre toga, i američka kompanija *Enron*, koja je takođe prikrivala negativne poslovne rezultate u svojim redovnim godišnim poslovnim izveštajima. Uprave ovih kompanija su, iznošewem friziranih podataka, uticala na zadržavawe i povećawe vrednosti njihovih akcija na berzi i celokupnog uspeha na tržištu. To je dovelo do toga da su mnogi ljudi posedovali akcije koje su imale lažnu vrednost i koji su, kada je prevara obelodawena, izgubili znatna finansijska sredstva. Ovo je primer nedostatka poslovne etike kod najodgovornijih ljudi,

⁴⁶ *John Dalla Costa, The Etical Imperative: Why moral leadership is Good Business, Perseus Publishing, 1998.*

⁴⁷ Problem nedostatka poslovne etike, kao uzročnik krize, primećen je u američkim kompanijama još ranije. *Williams Gerard* (1992), iznosi podatak iz istražiwawa od 1975. do 1985. na primeru 500 kompanija sa *Fortune* liste. Konstatuje da je u tom periodu 62% njih imalo bar jedan nelegalni posao, 42% više od dva, a 15% više od pet nelegalnih poslova.

odnosno rukovodstva same kompanije. Može se reći da je to primer nedostatka *kolektivne ili grupne etike*.

Posledi ce pomenutih skandala su velika {teta za kompaniju, gubi tak radnih mesta za zaposlene, potresi na berzi, sumve u poslovawe drugih kompanija, {teta kod onih koji su posedovali akcije pomenutih kompanija i porast nepoverewa u savremene principe poslovawa. Dakle, nije re~ samo o direktnoj {teti za pojedine kompanije, ve} o {teti koja je naneta celokupnoj svetskoj ekonomiji, jer ekonomija danas deluje po principu "spojenih posuda", a weni negativni slu~ajevi (krah pojedinih kompanija, skandal, pad poslovawa) izazivaju "domino efekat" na svetskom nivou. Tako se vr{i pritisk na obarawe svetskog "imixa" moderne ekonomije, dolazi do erozije poslovnog poverewa i socijalnog kapitala kao veoma važnih elemenata u savremenoj globalnoj ekonomiji. Ni{ta više nije stvar samo lokalnih, pojedinačnih i izolovanih poteza, odluka i posledica. Sve se reflektuje na globalnom nivou.

U slu~aju Bawalu~ke berze,⁴⁸ imamo primer, pre svega, nedostatka poslovne *etike pojedince*, u~esnika u poslovnom procesu (ovoga puta u berzanskom poslovawu). Pojedinaac koji ne poseduje elementarne principe li~ne poslovne etike, i ima deficit ukupnih moralnih standarda, uvek je spreman da izvr{i prevaru, da stavi svoje li~ne interese iznad kolektivnih, zakonskih, iznad normi običajnog poslovnog morala i ljudskog odnosa, da naru{i poslovnu klimu i atmosferu, da pokoleba druge. Etika pojedince je gradivni element kolektivne etike, korporacijske etike. ~ovek bez li~ne poslovne etike predstavqa malignu ta~ku u poslovawu svake kompanije, ta~ku koja stalno vreba da se pro{i i zahvati ceo sistem kompanije.

Nedostatak poslovne etike dovodi do poreme}aja uobičajenih tokova poslovawa, kako u sredini gde se kompanija nalazi, tako i u {irem okru`ewu, a nekada deluje i na svetske ekonomske i poslovne tokove. Gubitak poverewa u poslovawe, u preduze}e, u rukovodstvo i sli~no. Treba naglasiti da je poverewe danas jedan od k~u~nih uslova za uspe{no poslovawe i razvoj preduzetni~ke i poslovne klime na svim nivoima i u svim sredinama. {ta dovodi do gubitka poverewa? Pre svega re~ je o prevarama i iskazanim namerama da se ostvari prevara, kao {to je to slu~aj u tri prethodno pomenuta primera poslovnih skandala. {to se više {iri potreba za poverewem i jedinstvenim

⁴⁸ ~ovek je pomo}u falsifikovanih dokumenata uspeo da prodatu|e akcije na berzi. Ali, ovde je re~ i o slabosti u sistemu organizacije berzanskog poslovawa, posebno u delu provere i pripreme akcija za prodaju. Takav skandal dovodi do straha i nepoverewa u poslovawe jedne nove i važne institucije u poslovnom mikro - okru`ewu, kakva je bawalu~ka berza.

poslovnim standardima, to se vi{ e otvara mogu}nost za razli~ite oblike prevara, skri venih i nedobronamernih postupaka u poslovawu. Ako se tome doda nedostatak poslovne tradicije, neizgra|ane moralne norme u radu i poslovawu, razoren sistem pozitivnih poslovnih i `ivotnih vrednosti u nerazvijenim sredinama (dru{ tvo u tranziciji), kakva je na{ a, onda se mo`e govoriti o “Eldoradu” za razli~ite vrste prevara i poslovnih skandal a.

Poslovna etika nije samo prisutna u odnosi ma izme|u kompanija i okru`ewa, ona je va`na i u odnosi ma unutar same kompanije. Odnos poslodavaca, menaxmenta i rukovodstva me|usobno, kao i njihov odnos prema zaposleni ma u kompaniji mora se posmatrati kroz prizmu poslovne etike i moralnog postupawa. Nijedan segment rada i poslovawa, bez obzira na veli~inu preduze}a ili poslovnog subjekta, ne mo`e se zapostaviti i “osloboditi” od brige za etiki~kim delovawem i postupawem. Reci mo, ako je nizak moral zaposlenih u jednom preduze}u (slabo se zala`u na poslu, nefikasno koriste radno vreme, ~este konfliktne situacije, ogovarawa i podmetawa, izno{ewe poslovnih tajni, slaba lojalnost preduze}u), onda je i najboqem menaxmentu te{ ko da postigne neke zna~ajnije poslovne rezultate. Protokol i informacija je va`an element poslovne etike. Ako informacije od zna~aja za uspeh i pru`awe {ansi svima u preduze}u zadr`avaju i “obra|uju” pojedinci ili grupe, koji tako sti~u prednost nad ostalim zaposlenim, onda je tu izostanak poslovne etike o-igledan. Pokretqivost osoba unutar preduze}a, uspon u karijeri, mogu}nosti dodatnog rada i pove}awa zarada, predstavqaju stalni izazov za primenu ili izostanak principa poslovne etike.

Na po~etku sam naveo dva primera iz svetskog poslovnog okru`ewa (Enron i Parmalat) i jedan iz na{ e lokalne sredine (Bawal u~ka berza), kako bi h pokazao univerzalnost potrebe za primenom poslovne etike u savremenoj ekonomiji. Dakle, nijedna sredina nije imuna na prevare, podvale i skandale u oblasti poslovawa. Zbog toga se u razvijenom svetu toj problematici poklawa sve vi{e pa`we (od kompanija do univerzitet a). I pak, ovde `elim naglasiti da o poslovnoj etici treba mnogo vi{e govoriti, i mnogo vi{e je praktikovati u nerazvijenim i tranzicionim zemqama i sredinama, kakva je i na{ a. Ova tema je u na{ oj sredini potpuno zapostavqena, boqere{i, ona je jo{ nepoznata, a rasprava o voj (kako nau~na tako i kolokvijalna) jo{ uvek “nepo`eqna”. U na{ oj sredini je, jo{ uvek, “normalno” i “po`eqno” poslovawe po netr`i{nim principima i kriterijima. Argumente za ovu tezu nalazimo u slede}im pona{awima: oslawawu na politi~ke subjekte i centre politi~ke mo}i u poslovawu; prisustvu nepotizma, “prijaqcstva” i korupcije u zapo{qavawu; u sprezi izme|u politi~kih

struktura i upravljačkih pozicija u državnim preduzećima; u nedovoljno transparentnoj privatizaciji i prodaji državnih preduzeća; u prelivu državnog kapitala u privatne ruke kroz neracionalne i tetne (po državna preduzeća) poslove, ugovore i transakcije; u protećirawu privatnih preduzeća na javnim tenderima od strane političkih struktura ili uticajnih pojedinaца, i najzad, u brojnim prevarama i aferama unutar preduzeća (zaposleni-rukovodstvo), kao i izmeću preduzeća na trćitu.

Ako se sada vratimo na prethodni podnaslov i formulićemo ga u pitawe: zaćto je poslovna etika vaćna? onda se moće konstatovati da prethodne napomene i primeri upućuju da su brojni poslovni razlozi zbog kojih je etika vaćna. Ali je svakako najvaćnije pitawe *troćkova i ćtet e* koje i zostanak poslovne etike nanosi preduzećima, pojedincima, sredini i ukupnim svetskim poslovnim odnosima. I zostanak moralnih nazora u bilo kom segmentu poslovanja⁴⁹ uzrokuje, direktno ili indirektno, povećane troćkove, gubitak profita i smanjenje zarade, a to smanjuje konkurentsku sposobnost preduzeća i time narućava njegov ugled u poslovnom okrućewu. Poslovna etika mora biti zastupćena u svim segmentima preduzeća, kao i kod svih zaposlenih, od direktora do portira. Ali je weno prisustvo neophodno i u ćem i ćirem poslovnom okrućewu. Pravednost, moralnost, ekonomska racionalnost i koristocubće stalno se prepliću i mećaju.⁵⁰

Значај границе у одређењу poslovne етике

Poslovni ćudi, ekonomisti, analitićari i istraćivaći stalno vode raspravu i ostavćaju dilemu o tome da li je izvesna doza "varawa" i "laći" u poslovanju neophodna. Da li je ta vrsta igre neminovna, te da li je svesno ili nesvesno prisutna u svakoj trćitćnoj utakmici i svakoj poslovnoj komunikaciji? @eća za profićtom, za poslovnim uspehom, za sticawem prednosti na trćitćtu, kao i za lićnom koristi, bogatstvom, prestavća izazov za pojedince i grupe da ponekad napuste utvrćena pravila igre, kako bi stekli prednost u takmićewu sa drugima. Ako skrivate neke informacije o svom poslovanju, koje moće iskoristiti konkurencija na trćitćtu da vas preduhi tri, vićtime ulazi te u igru koja

⁴⁹ Troćkove i ćtetu preduzeću, pre ili kasnije, nanose kako prevare u izvećtaji ma o poslovnom uspehu preduzeća, tako i naćin pakowawa, etiketirawa proizvoda, zatim prevare u deklarirawu sadrćaja proizvoda, naćina ograćawawa i reklamirawa, naćina rukowawawa, nagradawawa i motivacijezaposlenih.

⁵⁰ O tome veoma podsticajno, argumentovano i slikovito piće *Marshall Schminke* (1998), pokazućući na primerima i situacijam, kao i ponaćawima i odnosima savremenih menaxera, ćta znaći poslovna etika, koji su weni dometi, kakvu donosi korist weno prisustvo a kakvu ćtetu weno odsustvo.

mo`e da vam donese prednost jer nastupate prvi sa nekom idejom, proizvodom, poslom. Vi tada niste prekr{ili eti~ka pravila poslovnog pona{awa i direktno ugrozili druge, ostali ste u okviru utvr|enih pravila igre. Ali ako koristite situaciju {to ste rukovodilac ili ~lan uprave u nekom preduze}u, te znate za wegove slabije poslovne rezultate pre nego {to su obelodaweni u izve{taju, i prodate svoje akcije, koje }e kasnije do`iveti pad, onda ste vi izi{li iz predvi|enog okvira poslovne igre sa eti~kim predznakom, i ako niste u~inili ni{ta proti v zakoni to.

Ova dva primera mogu da navedu na tezu, koja ima dosta pristalica, da poslovni uspeh i etika ne mogu i}i zajedno. Ako `elite posti}i uspeh, ostvariti zaradu, biti boqi od drugih u vreme velike konkurencije, morate pri begavati raznim oblicima skri vawa, "lagawa" i "varawa". Osnovno pitawe koje se postavqa u ovakvim situacijama jeste: *gde je granica koja odre|uje da li je ne{to u poslovawu moralno ili nije?* Kako ka`e Albert Kar (2001.), varawe i lagawe je opravdano sa moralnog stanovi{ta sve dok ostajete u granicama nepisanih (uobi~ajenih i podrazumevanih) pravila poslovne i tr`i{ne igre. On to naziva "blefirawem u poslovawu" kao delom strategije u poslovnoj igri, kao {to to ~ine "igra~i u pokeru". {ta sve mo`e biti predmet poslovnog "blefirawa"? To je, recimo, predstavqawe svog proizvoda ili usluge kvalitetnijom nego {to ona jeste, isticawem su{tinski mawe bitnih prednosti u odnosu na konkurenciju, favorizowawe nekih poslovnih partnera radi odr`awa wihove lojalnosti, dogovarawe sa konkurentskim preduze}em o ni vou cena dok se ne stekne boqi kvalitet svog proizvoda ili smawe tro{kovi poslovawa i sli~no.

Odrediti granicu poslovne etike predstavqa veliki izazov za svakog rukovodioca i menaxera, ali i za sve zaposlene qude. To je pitawe li~ne odluke, vlastitog do`ivqaja situacije, potreba, interesa i motiva, pitawe vlastitog moralnog integriteta, ali i pitawe kulturnog nasle|a, o~ekivawa i pritiska koji dolaze iz preduze}a i okru`ewa. Recimo, ako reklamom i prezentacijom postignete da va{ proizvod postigne dobar uspeh na tr`i{tu, a mawe je kvalitetan od konkurentskog, vi ste "blefirawem" i dobrom igrom na tr`i{tu uspeli i pri tome ostali u granicama eti~kog poslovawa. Ali ako je va{ proizvod, ~ak jednak po kvalitetu i izrade sa konkurentskim, postigao prednost marketin{kom prezentacijom, ali wegova upotreba mo`e imati {tetne posledice po okolinu, onda ste vi pre{li granicu poslovne etike. Potrebno je pomiriti mno{tvo zahteva (pojedinaca, grupa, zajednice) i stremqewa ka uspehu i ostvarewu profita, a da se ostane u granicama poslovawa koje odre|uje poslovna etika. Samo "mudar poslovni ~ovek tra`i prednost do granice do koje ne stvara

neprijateljstvo među zaposlenima, konkurentima, klijentima, sa državljanima ili celokupnom javnošću” (Albert Kar, 2001, 51). Država u granicama poslovne etike obezbeđuje, na duži rok, boće poslovne rezultate, izbegavaju nepotrebnih troškova i štete, stvara dobru poslovnu klimu, podstiče preduzetništvo i privlaći poverenje u kolektivne pojedince, u institucije i poslovne subjekte.

U maju u vidu značajne granice u poslovawu, poslovni m odnosi ma i poslovnoj komunikaciji, poslovna etika se može odrediti kao skup lićnih i kolektivnih moralnih postupaka koji se koriste tokom svih oblika poslovnih aktivnosti, a koji ma se određuje granica do koje se može ići a da te aktivnosti, postupci i odluke ne izazovu nepoćne odnose unutar preduća i u wegovom okrućewu, te da, u konaćnom zbiru, ne stvore nepotrebne troškove i štete za preduće i okrućewe. Granice mogu biti u okviru zakonskih normi i pravila, zatim u okviru dobrih poslovnih odnosa i navika u ekonomskom i socijalnom prostoru, te u okviru lićnih pozicija i situacija u odnosu na druge sa kojima se dolazi u poslovni ili ćudski kontakt.

Појединац између личног и пословног морала

Uvek se postavlja pitanje zašto se nećvek ponaća drugaćije prilikom donoćewa odluka u privatnom ćivotu, nego prilikom donoćewa odluka u predućeu ili drugom poslovnom okrućewu? Odakle ta neizbećna razlika između lićnog (individualnog) i kompanijskog (kolektivnog) morala prilikom donoćewa odluka i poslovnih aktivnosti. Kako to da lićne vrednosti kao što su nećestitost, poverenje, tolerancija, iskrenost, poćtewe, vrednoća, držawe obećawa, poćtovawe drugih, nestanu kada se pojedinac naće u prostoru gde je potrebno doneti odluke koje se tiću raspodele novca, poloćaja, moći, gde se ostvaruje neka dobit ili druga korist i kompenzacija. Zašto se nećvek od moralne, vaspitane i tolerantne osobe iz privatnog ćivota, transformiće u potpunu suprotnost kada zapoćne poslovne aktivnosti i poćne da donosi vaćne poslovne odluke? Da li su poslovni ćudi viće izloćeni moralnim dilemama i izazovima i time viće skloni grećkama na štete drugih, nego što je to slućaj u ostalim segmentima ćivota? Na kraju se može postaviti pitanje da li bi svi ćudi varali, lagali, donosili odluke koje su korisne prvenstveno za wići wićove prijatelje, ako bi dobili priliku i dospeli u “povoćnu” poslovnu poziciju? Odnosno, da li kolektiv viće “kvari” pojedince, mewajući wegove predstave o moralnom dignitetu, namećući mu potrebe koje izlaze iz okvira moralnih vrednosti, ili je samo rećo pojedincu koji je veći mao “kodi rane” sklonosti ka niskom poslovnom moralu pa ih lako

ispoqio? A mo`da se radi o “dobroj” kombinaciji obe nazna~ene mogu}nosti i poslovne sklonosti. Tu se otkriva veliki prostor za istra`ivawe i edukovawe u ovoj oblasti.

Ve}ina poslovnih qudi, posebno di rektori, menaxeri, poslodavci i vlasnici, suo~ava se sa pitawima i problemima koji mogu naneti nepravdu i { tetu drugima, ali doneti korist sebi ili svom preduze}u. Od wihovog moralnog profila i li~nog ose}aja pravi~nosti zavisi kakve }e odluke doneti, kako i kada }e ostati u granicama poslovne etike i time, mo`da, privremeni gubitak, ili izmakli dobitak, pretvoriti u dugoro~nu korist i uspeh. Osetiti grani cu ~iji prelazak mo`e kolektivnu korist ostvariti na u{ trb ne~ije li~ne i pojedina~ne { tete, ili li~nu korist ostvariti nano{ ewem { tete nekom kolektivu, veliki je moralni zadatak i pokazateq li~ne vrednosti svakog poslovnog ~oveka i wegove spremnosti da gaji poverewe i timski rad.

Pojedinci imaju dosta problema da pomire svoje li~ne eti~ke standarde sa zahtevima preduze}a ili nekog poslovnog kolektivnog izbora i postupka. Pojedinaac koji u li~nom `i votu ne bi ni kada oduzeo nekome ne{ to pripadaju}e i zaslu`eno, niti bi pribavio neku nezaslu`enu korist ili u~inio protivpravni postupak, pod dejstvom kolektivne psihologije, logike i pritiska on se ~esto na|e u situaciji da ne{ to tako u~ini. Nije lako svakom ~oveku da na deklaraciju nekog proizvoda stavi podatke koji nisu do kraja istiniti, ili da prikrije informacije koje wegov klijent trba da zna unapred, da reparirani ili restrukturisani proizvod proda kao nov, da smawi proviziju nekom dobrom prodavcu-dileru i sli~no. Naravno, postoje i oni qudi ~iji li~ni moralni nazori ne}e izazvati dilemu kod prethodnih postupaka. Oni }e se lako uklopiti u mawe eti~ne poslovne postupke svakog kolektiva, pa ~ak i doprijeti daqem { irewu igre na tr`i{tu koja prelazi granice dobre poslovne etike.

Kod qudi koji imaju moralne dileme prilikom postupaka i poslovnih akti vnosti, one mogu nastajati iz dva pravca. Jedan je pravac kada su akcije, postupci i odluke nametnuti od strane kolektivnog subjekta (tima, kolektiva, kompanije, sredine), a druga je kada pojedinaac sam preduzima neke akti vnosti, postupke ili odluke koje nisu u skladu sa wegovim li~nim nazorom, a sve u cilju postizawa boqih rezultata za kolektiv. On tu mo`e biti vo|en i te`om da se doka`e ili nametne u timu, ili da uo~i svoju li~nu korist koja proizilazi iz nekog kolektivnog ~ina i akcije. “Svi poslovni qudi zdravog razuma, nagla{ava Albert Kar, vi {e vole da govore istinu, ali su retko skloni da ka`u celu istinu”. Zaista je velika ve{tina i pokazateq voqe, {irine, obrazovawa, inovativnosti i razuma da qudi pomire i ndi vi dualne i kolektivne zahteve za eti~kim poslovnim postupcima i

odlukama. Znati prihvatiti zastoj i problem u poslovanju i prebroditi ga bez moralno sumnjivih postupaka prema drugima, kao i postizati kontinuirani uspeh ne nanose i nepravdu i štetu drugima, predstavljaju veliki uspeh u povezivanju kolektivnog i individualnog zahteva i otkrivaju u poslovnoj etici. Takvih ljudi i postupaka u našoj poslovnoj sredini je, zaista, veoma malo. Zbog toga su troškovi i štete u poslovanju velike a poslovne afere raste. Potrebno je ovoj temi posvetiti mnogo više pažnje kroz edukaciju i istraživanje, kao i neposredne primere u poslovnoj praksi.

Литература:

1. *John Dalla Costa, The Ethical Imperative: Why moral leadership is Good Business, Perseus Publishing, 1998.*
2. *Marshall Schminke. Moral management of People and Processes, Lea, 1998.*
3. *Lorens E., Huntington S.P. Kultúra je važna, Plato, Beograd, 2004.*
4. *Kar, Albert Z., Da li je blefiranje u poslu etično? U Xon Dramond i Bil Bein: Poslovna etika, Clio, Beograd 2001.*
5. *Riderstrale, J. Nordstrom, K., Funky Business, Plato, Beograd, 2004.*
6. *Post James, E., Frederick William, C., Business and Society, Corporate Strategy, Public policy, Ethics, McGraw-Hill, 1996.*
7. *Williams, G.J. Ethics in Modern Management, Quorum Books, 1992.*
8. *Selekman, Benjamin, M. Power and Morality in a Business Society, McGraw Hill. 1956.*
9. *Bruce, W. Classics of Administrative Ethics, Westview Press, 2001.*
10. *Francis, R.D. Ethics and Corporate Governance, University of New South Wales Press, 2000.*

BUSINESS ETHICS

Summary

Modern economic and business dynamics asks for greater openness, freedom and liberalism of all economic subjects. That implies high degree of trust or social capital, i.e. it starts a dilemma on relationship between the economy and ethics. New research in this field show that the absence of ethical standards in business cause great damage to particular companies as well as to overall world economy. That is why more and more attention is given to this subject in researches and education.

Business ethics has its two main dimensions of expressing and manifesting and those are collective, group and individual ethics. The collective ethics includes ethical procedures in business decisions of the management of the company regarding outer subjects and environment but ethical relationships inside the company as well. On the other hand, an individual who does not possess the elementary principals of personal business ethics and lacks in overall moral standards, one who is always ready to deceive, to put his personal interests above the interests of the collective, law, standards of common business morale and human relationship and to obstruct business atmosphere.

The basic question that is set in the analysis of business ethics and relationship between the economy and ethics is the following: where is the boundary that determines whether something in business is moral or not? To set the boundary of business ethics represents great challenge for every manager but for all the employees as well. That is the matter of personal decision, own perception of situation, needs, interests and motives, own moral integrity but a matter of cultural inheritance as well, expectations and pressure that comes from the company and the environment.

Keywords: business ethics, trust, social capital, business atmosphere, collective ethics, ethics of the individual, boundaries of business ethics.