

ETIČKA PITANJA U SAVREMENIM PREDUZEĆIMA

Dajana Radujković¹

SAŽETAK

U ovom radu se sagledava uloga i važnost etike u savremenom poslovanju. U posljednjih nekoliko godina poslovna etika je sve češće tema razgovora u poslovnim krugovima. U skladu sa propisima i zakonima posluje veliki broj preduzeća, međutim postoje i oni koji ipak svoje poslovanje ne obavljaju na društveno prihvatljiv način. Pitanje o tome šta je u praksi menadžmenta prihvatljivo za društvo a šta ne, koje su obaveze menadžera prema zaposlenima i društvu, sve su to teme iz područja etike i društvene odgovornosti menadžmenta. Osnovno pitanje koje se postavlja u analizi poslovne etike i poslovanja jeste: Gdje je granica koja određuje da li je nešto u poslovanju moralno ili nije? Može li se danas ostati konkurentan u poslovanju i pri tome poslovati na pošten i etičan način? Odrediti granicu poslovne etike predstavlja izazov za svakog menadžera, ali i za zaposlene. To je pitanje vlastitog doživljaja situacije, potreba, motiva i interesa, ali i pitanje očekivanja i pritisaka koji dolaze iz preduzeća i okruženja.

Ključne riječi: poslovna etika, etička pitanja, moral, društvena odgovornost, menadžment

SUMMARY

This paper examines the role and importance of ethics in modern business. In recent years, business ethics has become an increasingly common topic in business circles. In accordance with regulations and laws, a large number of companies operate, but there are also those who do not perform their business in a socially acceptable way. The question of what is in practice management acceptable to society and what is not, what are the obligations of managers towards employees and society, are all topics in the area of ethics and social responsibility of management. The basic question that arises in the analysis of business ethics and business is: Where is the boundary that determines whether something in business is morally or not? Can it remain competitive in doing business in a fair and ethical way nowadays? Determining the boundaries of business ethics is a challenge for every manager but for employees as well. It is a question of one's own experience of the situation, needs, motives and interests, but also the question of expectations and pressures coming from the company and the environment.

Key words: business ethics, ethical issues, morality, social responsibility, management

Uvod

Nekada se etika izučavala kao jedan od obaveznih predmeta u školama i držalo se do etičnosti u svim oblastima života i ljudskog stvaralaštva. To je važilo i u poslovanju, a zadata riječ i poštovanje etičkih kodeksa bilo je ponekad jače od pisanih ugovora. Vremenom, ta su načela počela sve više da blijede, a etika je bila sve manje zanimljiva i za izučavanje i za

¹ dipl. ekonomista, dajana.r91@gmail.com

primjenjivanje. Danas ona postaje ponovo aktualna pa tako i u oblasti biznisa i poslovnih odnosa, naročito u savremenim preduzećima.

Etika (od grčkog *ethos* – običaj, *ethikos* – moralan) je filozofska disciplina koja za svoj predmet istraživanja ima moral, moralne vrijednosti, moralne pojave i kriterijume moralnosti.² Ona objašnjava mjesto morala u sistemu društvenih odnosa, ispituje njegovu prirodu i unutrašnju strukturu, traga za izvorima morala i kriterijumima moralnog vrednovanja ljudskih postupaka i nastoji da razumije smisao i ciljeve čovjekovih moralnih pobuda.

Etika je u početku bila stopljena s filozofijom i pravom i imala je karakter praktičnog moralnog učenja koje pripovijeda tjelesnu i psihičku higijenu života. Aristotel ju je izdvojio kao posebnu disciplinu, tako da danas, bazirajući se na njegovom osnovu, imamo etiku čiji je osnovni cilj stvaranje čestitog građanina države.³

Danas se pod etikom podrazumijeva skup moralnih vrijednosti i standarda kojima se definiše poželjno ponašanje. Etički standardi reflektuju ponašanja kojima se promovise humano bogatstvo u smislu individue i društva. Poslovna etika nekad se naziva i menadžerska etika ili organizacijska etika, koja postavlja smjernice za proizvodne organizacije. Menadžerske etike su moralne vrijednosti i standardi koji definišu poželjno upravljačko ponašanje. Poslovna etika nije jednostavno pitanje. Etika je disciplina koja se bavi pitanjem šta je dobro a šta je loše, šta je ispravno, a šta je pogrešno, kao i pitanjem moralne dužnosti i obaveza.

„Samo biti dobra osoba i na svoj način, glasiti za etičnu osobu nije dovoljno da bi se mogli nositi sa etičkim problemima koji se pojavljuju u poslovnoj organizaciji. Mnogi ljudi sa ograničenim poslovnim iskustvom odjednom se bave kvalitetom proizvoda, reklamom, cijenama, zagađivanjem. Vrijednosti koje su primili od porodice, crkve i škole možda nisu dovoljne u kompleksnim poslovnim odlukama. Da li je neka reklama obmana? Da li je poklon kupcu mito, ili je specijalni promotivni podsticaj? Godine iskustva u nekoj industriji su bile potrebne da bi se znalo šta je prihvatljivo?“⁴

Termin i **pojam morala** je plod rimske kulture i afirmisao se u vrijeme kad je latinska kultura bila hristijanizovana.⁵ Stoga su latinski moralisti izvor etike tražili ne samo u ljudskom razumu, već i u volji Boga, koji je apsolutno dobro. Pored filozofske etike oni su njegovali i teološku etiku ili moral. Tako se tokom istorije etici pridavalo značenje vjerske ili religiozne nauke o poštenju. Kako na strani etičara preovladava više teorija i opativ, tako moralisti naglašavaju više praksu i konkretnost, imperativnost i normativnost. Ipak, u suštini znače isto.

Moral se može odrediti kao: jedan od mogućih načina regulisanja međuljudskih odnosa; ili skup nepisanih pravila ponašanja (normi) i predodžbi o dobru i zlu, pravdi i nepravdi, koji utiču na njihovo ponašanje i odnose u društvu. Temelji se na svijesti i savjesti, znanju i osjećanjima koji su pretpostavka razlikovanja dobra od zla. Polazeći od morala ljudi procjenjuju šta treba a šta ne treba činiti i šta je moralno a šta nemoralno u ljudskim odnosima. Za moral je karakteristično da osoba u svojoj svijesti i savjesti interiorizira etičke

2 Babić, J., *Etika i moral*, Theoria I, 2/2008, pregledni članak, UDK: 17.01/02

3 Dušanić-Gaćić, S., *Poslovna etika u savremenoj ekonomiji*, Besjeda, Banja Luka College, Banja Luka, 2011, str. 57.

4 Zrnić, M., Šušnjar, V., *Organizaciono ponašanje- osnove kreativnog menadžmenta*, Besjeda, Banja Luka College, Banja Luka, 2008, str.137.

5 Đukić, O., *Kultura, etika i vođenje organizacije (hrestomanija)*, UPIM, Banja Luka, 2006, str. 447.

norme i sudove izgrađujući i oblikujući svoju etičku svijest i savjest. Prema tome, moral je kompleksna društvena, ali i individualna psihološka pojava.⁶

Moralne norme su izražene određenim *pravilima* kojima su regulisani međusobni odnosi ljudi, kao i pravilima koje postavlja sam pojedinac koji određuje svoje moralne čino-ve. U suštini, moralne norme održavaju određena shvatanja društvenih odnosa, one predstavljaju mjerilo na temelju kojih se donosi stav o vrijednosti određene moralne pojave.⁷

Poslovni moral je skup nepisanih, opštih, za pojedinca karakterističnih moralnih normi i vrijednosti koje određuju njegovo ponašanje u svim poslovnim odnosima i svim vremenima. Osnovne karakteristike poslovnog morala odnose se na poštovanje ličnosti, uzajamno poštovanje i povjerenje, savladavanje razlika i uvažavanje interesa drugih, zaštitu dostojanstva, odgovornost i dužnost prema drugima, uzajamnu pomoć, držanje obećanja i date riječi. Odnose se i na poštovanje dobrih i osnovnih običaja i namjera, poslovni kompromis, humanost, samostalnost, tačnost, kreativnost, istinitost, toleranciju, saradnju, racionalnost, i slično.

Poslovni moral obavezuje sve učesnike u poslovnim aktivnostima, a posebno menadžere. Naime, menadžeri bi trebalo da budu moralne ličnosti sa izgrađenim i usvojenim unutrašnjim osjećajem koje se posebno odnose na moralnu odgovornost. Pored obrazovanja i smisla za upravljanjem, menadžer bi trebalo da spozna i razumje društveno i prirodno okruženje, da poznaje psihologiju ponašanja, mentalitet, etičke standarde i moralne sisteme, sisteme vrijednosti, duh vremena.⁸

Društveno odgovorno poslovanje je od izuzetne važnosti za sva preduzeća kojima je povjerenje jedan od ključnih faktora poslovanja, jer će većina partnera već u samom početku poslovati sa preduzećima koja primjenjuju koncept društveno odgovornog poslovanja i koja se odnose odgovorno prema zajednici u kojoj kompanija posluje, životnoj sredini i prije svega, svojim zaposlenima kao osnovnom stubu društveno odgovornog poslovanja. Društveno odgovorno poslovanje je jedan od najsigurnijih načina poslovanja u savremenom poslovnom svijetu i stvaranja pozitivnog imidža, koji nerijetko predstavlja granicu između uspješnog i neuspješnog poslovanja i širenja na željena tržišta.⁹

Društveno odgovorno poslovanje je koncept u okviru koga se kompanija prema svim svojim interesnim grupama odnosi etički i odgovorno, odnosno na društveno prihvatljiv način. Dakle, društveno odgovorno poslovanje je koncept u kojem poslovni subjekat odlučuje i na dobrovoljnoj osnovi doprinosi boljem društvu i čistoj životnoj okolini, u saradnji sa ostalim interesnim grupama. Društveno odgovorno poslovanje treba tolerisati kao investiciju, a ne kao trošak.

Poslovna etika podrazumijeva prava, obaveze, dužnosti prema pojedincima, njihovim međusobnim odnosima, prema svim učesnicima u poslovnim odnosima, prema drugim organizacijama sa kojima se posluje, ali i prema društvu u cjelini.

Etičke dileme i nedoumice sa kojima se menadžeri u svojoj karijeri susreću čine srž svakog menadžerskog posla. Odstupanja od etičkih normi sve su izraženija, a moralne dileme sve češće. Karakteristična područja u kojima dolazi do najčešćih odstupanja od etičkih normi su: korupcija, industrijske krađe i špijunaža, konflikti interesa, zloupotreba

6 Marjanović, M., Markov, S., *Osnovi sociologije*, Prirodno-matematički fakultet, Novi Sad, 2008, str. 209.

7 Kovačević, B., *Savremena sociologija*, Centar za publikaciju, Pravni fakultet, Banja Luka, 2009, str. 187.

8 http://www.link-elearning.com/lekcija-Predmet-poslovne-etike_4298, preuzeto 15.07.2017. godine

9 Atanacković, U., *Društveno odgovorno poslovanje kao savremeni koncept biznisa*, Komunikacije, Škola biznisa, 1/2011, UDK: 005.5 005.96

medija, tajni dogovori, prevare ali i druge pojave vezane za savremeni razvoj društva kao što su diskriminacija i kulturne različitosti.¹⁰ Konflikta interesa su veoma česta pojava u poslovnoj praksi. Javljaju se zbog suprotstavljanja ličnih i organizacionih interesa. Da bi se izbjegli sukobi interesa zaposleni bi morali da budu u stanju da razdvoje svoje privatne interese od poslovnih ugovora koje sklapaju, a organizacije moraju da izbjegavaju sukobe interesa prilikom davanja robe i usluga.¹¹

Etičkim kodeksima se definišu vrijednosti i na njima zasnovana ponašanja, te se uspostavlja viši moralni nivo u preduzećima i organizacijama, kao obrazac ponašanja koji se očekuje od zaposlenih ili kao ponašanja koja se neće tolerisati. Prednost definisanja i uvođenja etičkih kodeksa u preduzećima i organizacijama je u tome što se oni odnose na preciziranje ponašanja menadžera o tome šta za njih predstavlja neetičko ponašanje, a zaposlenima da razmišljaju o etičkim pitanjima i prije mogućeg suočavanja sa njima u praksi – zaposleni mogu da odbiju izvršenje nekog neetičkog postupka ili neke radnje koja se direktno kosi sa etičkim kodeksom organizacije, odnosno mogu da jasno postave granice između poželjnog i nepoželjnog ponašanja.

Međutim, postavlja se pitanje da li je etički kodeks potpuno održiv u praksi, te se javljaju brojne nedoumice oko pitanja koje su prednosti uvođenja etičkih kodeksa u preduzećima i organizacijama. Veliki broj zamjerki odnosi se na činjenicu kako se ne može odrediti striktna lista smjernica koja će obuhvatiti sve potencijalno moguće oblike i vrste neetičkog djelovanja, zatim se dodaje i to da su etički kodeksi kao takvi previše uopšteni da bi dobili na vrijednosti, da su im magloviti etički prioriteti, a da, kada je pojedinac kao individualni fenomen u pitanju, etički kodeks nema baš nekog prevelikog uticaja i može biti efikasan samo u slučaju ako je dio ličnog ponašanja i da u njega duboko vjeruje.¹²

Metodologija rada

Za izradu ovog rada korištena je dostupna savremena literatura, materijali dostupni na internetu kao i ostali materijali koji su navedeni u popisu literature, a ona je analizirana, podaci su sortirani i prikazani u istraživačkom dijelu rada. Za istraživački dio rada korišteno je nekoliko naučnih metoda (prikupljanje podataka, ispitivanje, obrada podataka, analiza podataka) koje su pomogle da se uz pomoć teorijskog dijela dođe do određenih zaključaka.

Predmet istraživanja rada, sadržan je u samom naslovu rada: „Etička pitanja u savremenim preduzećima“. Dakle, predmet istraživanja predstavlja način moralnog procjenjivanja pojedinih poslovnih odluka ili aktivnosti na bazi društveno poželjnih načela ponašanja, odnosno, skup moralnih pravila ponašanja u svim poslovnim aktivnostima usmjerenim ka uspješnom i profitabilnom biznisu. Prema tome, za opstanak svake organizacije od presudnog značaja je opredjeljenje menadžmenta da posluje po etičkim principima, jer „dobra etika proizvodi dobar biznis“.

Zadatak istraživanja jeste da prevashodno odgovorimo na pitanje da li su zaposleni u preduzećima upoznati sa etikom i moralom u današnjem poslovanju? Šta za njih znači poslovna etika, te koliko je po njihovom mišljenju važno poštovati etički kodeks (kako sa njihove strane tako i sa strane menadžera da bi preduzeće uspješno poslovalo)? Jer, ukoliko

10 http://www.link-elearning.com/lekcija-Predmet-poslovne-etike_4298, preuzeto 15.07.2017. godine

11 http://www.link-elearning.com/lekcija-Eti%C4%8Dke-norme-i-pravila-profesionalnog-pona%C5%A1anja_4301 preuzeto 15.07.2017. godine

12 Isto.

postoji izostanak poslovne etike, to može da predstavlja prvi i osnovni uzrok da će u „pogodnom“ trenutku u nekom preduzeću doći do izbivanja skandala i poremećaja poslovne atmosfere. Postavlja se pitanje zašto je to sve bitno? Bitno je zato što ukoliko poštujemo etički kodeks i ponašamo se moralno, velike su šanse da ćemo uspješno poslovati. Odnosno, veoma je važno da utvrdimo koliko su etika i moral prisutni u samom poslovanju preduzeća i njegovom okruženju, jer je to takođe jedan od pokazatelja uspješne ekonomije jedne zemlje i njene bolje budućnosti.

Ovaj rad ima za cilj da se dođe do saznanja kakva je poslovna klima u preduzećima i u kolikoj mjeri je poslovna etika prisutna u njihovom poslovanju. Odnosno, ukoliko postoji nedostatak poslovne etike želimo da ukažemo na to, i da probudimo svijest o njenoj potrebi u ekonomiji i poslovanju. *Cilj rada* je da potvrdi važnost poslovne etike u poslovanju preduzeća i organizacija, odnosno da odgovorimo na sljedeća pitanja:

- Da li poslovna etika predstavlja isključivo vođenje moralnim načelima?
- Da li poslovna etika ima snažno značenje za uspješno poslovanje jedne organizacije?
- Da li u organizacijama postoje etički kodeksi?
- Da li se etički kodeks u organizacijama posmatra kao sistem zaštite zaposlenih?
- Da li se u organizacijama otvoreno priča o etici i etičkim problemima?
- Da li se zaposleni pridržavaju pravila i procedura organizacije?
- Da li u organizacijama postoji veliki stepen povjerenja između zaposlenih i menadžera?
- Da li se u organizacijama organizuju sastanci u vezi sa etičkim temama i problemima?
- Da li zaposleni smatraju da je poštovanje moralnih i etičkih načela u poslovanju naivno i neizvedivo?
- Da li zaposleni smatraju da se danas može ostati konkurentan u poslovanju i pri tome poslovati na pošten i etičan način?

Problem ovog istraživanja može predstavljati nedovoljna informisanost zaposlenih o tome šta je to poslovna etika i koliko je ona važna za uspješno poslovanje, ali i sama iskrenost zaposlenih prilikom odgovaranja na postavljena pitanja, kao i čuvanje poslovne tajne.

U ovom istraživačkom radu *prikupljanje podataka* je vršeno metodom ankete. Anketa je sprovedena među zaposlenim radnicima nekoliko preduzeća/organizacija odabranih metodom slučajnog uzorka različite veličine i strukture zaposlenih. Zaposleni radnici su popunjavali anketu mješovitog tipa (ponuđeni odgovori i skaliranje). Anketa je bila anonimna, a ispitanici su birani na dobrovoljnoj bazi. Istraživanje je provedeno na teritoriji grada Banja Luka 2017. godine. Uzorak na kojem je vršeno istraživanje je 100.

Prikaz i analiza rezultata istraživanja

U istraživačkom dijelu rada prikazani su i analizirani dobijeni rezultati sprovedenog istraživanja.

Na pitanje „**Šta za vas predstavlja poslovna etika?**“ ispitanici su odgovorili sljedeće: **50%** ispitanika smatra da poslovna etika predstavlja pravedno postupanje prema zaposlenima poštujući zakone, **30%** ispitanika smatra da poslovna etika predstavlja isključivo vođenje moralnim načelima u poslovanju i prema zaposlenima, **10%** ispitanika smatra da

poslovna etika predstavlja pošteni konkurenciju u poslovanju, a 10% ispitanika smatra da ne postoji etika u poslovanju već da cilj opravdava sredstvo.

Dalje, pitali smo ispitanike „**Koliko snažno značenje za vas ima poslovna etika kada je u pitanju uspješno poslovanje vaše organizacije?**“. Odgovori su bili sljedeći: 70% ispitanika se izjasnilo da poslovna etika ima ogromno značenje kada je u pitanju uspješno poslovanje preduzeća, dok 30% ispitanika smatra da poslovna etika ima malo značenje za uspješnost preduzeća.



Dijagram 1. Prikazuje koliko snažno značenje poslovna etika ima kada je u pitanju uspješno poslovanje organizacije

Kada se analiziraju odgovori na prva dva pitanja čiji je cilj bio da se sazna šta za zaposlene predstavlja poslovna etika i koliko snažno značenje poslovna etika ima za uspješno poslovanje organizacije, može se zaključiti da su zaposleni u banjolučkim firmama upoznati sa poslovnom etikom i da je njeno značenje u uspješnosti poslovanja jedne organizacije neosporno.

Naredna pitanja iz ankete imaju za cilj da ispituju da li u organizacijama postoje etički kodeksi i šta zaposleni misle o etičkim kodeksima, odnosno kako su po njihovom mišljenju oni uređeni.

Na pitanje „**Da li u vašoj organizaciji postoji etički kodeks?**“ 60% ispitanika odgovorilo je da u njihovim organizacijama postoji etički kodeks, 20% ispitanika ne zna da li u njihovim organizacijama postoji etički kodeks, a 20% ispitanika odgovorilo je sa NE na ovo pitanje.

Na pitanje broj 4 odgovarali su samo ispitanici čiji je odgovor na prethodno postavljeno pitanje bio potvrđan. Pitanje broj 4 bilo je sastavljeno u vidu skale ocjena od 1 do 5 (1-nikad; 2-rijetko; 3-ponekad; 4-često; 5-uvijek), na koje su ispitanici morali da pruže odgovore koji nam prikazuju kakva poslovna klima vlada u njihovoj organizaciji. **U mojoj organizaciji se etički kodeks posmatra kao jedan od dokumenata: 80%** ispitanika izjasnilo se sa odgovorom uvijek, dok 20% ispitanika smatra da je to često. **U mojoj organizaciji se etički kodeks posmatra kao sistem zaštite zaposlenih, 100%** ispitanika se izjasnilo sa odgovorom uvijek. **U mojoj organizaciji u etičkom kodeksu se pominje odnos potrošača/klijenta; odnos prema konkurenciji; odnos prema zaposlenima,** takođe svih (100%) ispitanika odgovorilo je sa uvijek. **U mojoj organizaciji se otvoreno priča o etici i etičkim problemima.** Odgovori su bili sledeći: kod 80% ispitanika to je uvijek slučaj u organizaciji, a kod 20% ispitanika ponekad se vode takvi razgovori. Takođe i na pitanje u

mojoj organizaciji se organizuju sastanci u vezi sa etičkim temama i problemima, 50% ispitanika je reklo da je to uvijek slučaj a 50% da se to rijetko dešava.



Dijagram 2. Prikazuje da li se u organizacijama organizuju sastanci u vezi sa etičkim temama i problemima

Nakon prikazanih podataka dobijenih na 3. i 4. pitanje možemo analizirati sljedeće, 60% ispitanika dalo je potvrđan odgovor na pitanje „Da li u vašoj organizaciji postoji etički kodeks?“, što je relativno dobar broj s obzirom na to da je uvođenje etičkih kodeksa u preduzeća od velike važnosti kada je u pitanju njegovo uspješno poslovanje kao i bolja saradnja među zaposlenima unutar samog preduzeća, to jeste postojanje bolje poslovne klime u poslovanju organizacije. Daljom analizom možemo zaključiti sljedeće - da preduzeća u kojima postoje etički kodeksi umnogome pominju odnose koji vladaju između zaposlenih, klijenata kao i konkurencije i da se u njima otvoreno može razgovarati na temu poslovne etike i njenim problemima.



Dijagram 3. Prikazuje da li je u organizaciji najvažniji lični osjećaj svakog zaposlenog šta je dobro a šta je loše

Zatim je uslijedilo i pitanje broj 5. koji se tiče odnosa koji vladaju u samoj organizaciji. Ovo pitanje je takođe kao i prethodno pitanje broj 4. sastavljeno u vidu skale ocjena od 1

do 5. U mojoj organizaciji najvažniji je lični osjećaj svakog zaposlenog šta je dobro a šta je loše: 50% ispitanika dalo je odgovor uvijek, 35% ispitanika odgovorilo je sa ponekad, 15% ispitanika odgovorilo je da to nikad nije slučaj. U mojoj organizaciji se brine o tome šta je dobro za potrošače/klijente: 100% ispitanika reklo je da je to uvijek slučaj. U mojoj organizaciji od zaposlenih se očekuje da urade sve da ostvare interese organizacije bez obzira na posljedice: 90% ispitanika izjasnilo se sa odgovorom nikad dok je 10% ispitanika odgovorilo da je to rijetko. U mojoj organizaciji od zaposlenih se očekuje da se pridržavaju pravila i procedura organizacije: 80% ispitanika odgovorilo je sa uvijek a 20% ispitanika je reklo da je to često. U mojoj organizaciji se prvo razmatra da li data odluka krši zakon i etički kodeks: svi ispitanici (100%) odgovorili su sa uvijek. U mojoj organizaciji postoji veliki stepen povjerenja između zaposlenih i menadžera: odgovor uvijek dalo je 100% ispitanika. U mojoj organizaciji se vodi društveno odgovorno poslovanje i brine se o zaštiti životne sredine: 70% ispitanika kaže da je to uvijek slučaj dok njih 30% ispitanika smatra da je to rijetko. U mojoj organizaciji društveno odgovorno poslovanje se tretira kao investicija a ne kao trošak: 40% ispitanika odgovorilo je sa uvijek, 35% ispitanika dalo je odgovor nikad, a 25% ispitanika kaže da je to ponekad.

Dalje, naredno pitanje iz ankete glasilo je „Mislite li da je poštovanje moralnih i etičkih načela u poslovanju naivno i neizvodivo?“, odgovori su bili sledeći: 80% ispitanika je odgovorilo sa NE, dok je 20% ispitanika dalo potvrđan odgovor na ovo pitanje. Na sledeće pitanje „Može li se danas ostati konkurentan u poslovanju i pri tome poslovati na pošten i etičan način?“, potvrđan odgovor na ovo pitanje dalo je 85% ispitanika a 15% je odgovorilo sa NE.



Dijagram 4. Prikazuje mišljenje zaposlenih da li je poštovanje moralnih i etičkih načela u poslovanju naivno i neizvodivo

Dakle, analiziranjem prethodnih pitanja dolazimo do sledećih zaključaka: u organizacijama se u velikoj mjeri brine o potrošačima/klijentima; od zaposlenih se ne očekuje da urade sve da bi ostvarili interese organizacije bez obzira na posljedice; zaposleni se pridržavaju pravila i procedura koje postoje u njihovim organizacijama. Uvijek se prvo dobro razmotre date odluke da ne bi došlo do kršenja nekih zakona. U organizacijama se vodi društveno odgovorno poslovanje koje se ipak tretira kao investicija a ne kao trošak. Takođe, dolazimo i do zaključka da se poštovanjem etičkih načela može ostati konkurentan i da poslovati na etičan i pošten način ipak nije naivno i neizvedivo.

Dalje, zadnjim pitanjem iz naše ankete imali smo za cilj da saznamo po **kom osnovu su ispitanici formirali date odgovore**. 85% ispitanika odgovore na ovaj upitnik dalo je na osnovu ličnog utiska i iskustva, dok je 15% ispitanika svoje odgovore na ovaj upitnik formiralo kroz razgovor sa kolegama.

Zaključak

Na osnovu obavljenog i analiziranog istraživanja može se zaključiti da je stanje u organizacijama u kojima je vršeno istraživanje dobro kada je u pitanju odnos prema moralu i poštovanju etičkih normi. Proizlazi da postoji svjesnost da etika u životu i radu preduzetnika, preduzeća i menadžmenta mora biti njihovo opredjeljenje koje će ih, kao jedan od primijenjenih postulata u poslovanju, odvesti prema poslovnom uspjehu i obezbijediti im ugled na tržištu a što je veoma važno za uspješno poslovanje.

Potvrdili smo da je poslovna etika važna za uspješnost preduzeća i da implementacija etike ne treba da bude samo briga menadžera, nego i svih zaposlenih. Ipak, menadžeri su danas suočeni sa stigmom da im se ne vjeruje da rade u interesu zaposlenih i potrošača - već da isključivo rade za svoje vlastite interese. Da bi se izbjegle nečasne radnje kao najprihvatljivije rješenje vidi se u uvođenju etičkih kodeksa koji bi bili obavezujući kako za privatni tako i za javni sektor. Menadžeri bi trebalo posebno da se pridržavaju etičkog kodeksa kada je u pitanju ophođenje prema zaposlenima, jer etički kodeks predstavlja sistem standarda, pravila koji je zasnovan na opšteprihvaćenim vrijednostima i moralnim principima. Cilj etičkog kodeksa je izgradnja i jačanje odnosa povjerenja između preduzeća i svih zainteresovanih strana i uvođenje jasnih pravila i načela ponašanja svih zaposlenih. Poštovanjem etičkog kodeksa štite se interesi kako preduzeća tako i zaposlenih, te se unapređuje imidž i konkurentnost preduzeća. Međutim, nakon dobijenih rezultata našeg istraživanja treba istaknuti da zadovoljavajući broj naših preduzeća ima etičke kodekse, i da se ipak ponašaju u skladu sa etičkim i moralnim normama, što je veoma dobro, ne samo kada govorimo o uspješnosti njihovog preduzeća već i ekonomije jedne zemlje. Isto tako treba napomenuti da u preduzećima u kojima postoje etički kodeksi, oni zaista služe pravoj svrsi, dakle, nisu samo mrtvo slovo na papiru.

Zaključili smo da u poslovnoj etici treba neuporedivo više govoriti, i da ona treba da bude dio kako srednjoškolskih, tako i visokoškolskih ustanova i njihovih nastavnih programa, ali i da se moraju uvoditi zakoni koji će primoravati preduzetnike na poštovanje etičkih normi a samim tim će i sami uvidjeti i pozitivne rezultate za svoje poslovanje. Insistiranje na društveno odgovornom poslovanju neophodno je za razvoj društva u kome živimo ali ne samo deklarativno nego zaista i primjenjivo u praksi. Vjerujemo da se privreda i ekonomija jedne zemlje može unaprijediti i unapređivanjem saznanja o značaju poslovne etike kao jednog od elemenata za uspješan opstanak na tržištu, a posebno u zemljama kao što su zemlje u regionu u kojima ne vlada baš povjerenje u administraciju i povjerenje građana u etično poslovanje preduzeća.

Literatura

1. Atanacković, U., *Društveno odgovorno poslovanje kao savremeni koncept biznisa*, Komunikacije, Škola biznisa, 1/2011, UDK: 005.5 005.96
2. Babić, J., *Etika i moral*, Theoria I, 2/2008, pregledni članak, UDK: 17.01/02

3. Dušanić-Gačić, S., *Poslovna etika u savremenoj ekonomiji*, Besjeda, Banja Luka College, Banja Luka, 2011, str. 57.
4. Đukić, O., *Kultura, etika i vođenje organizacije (hrestomanija)*, UPIM, Banja Luka, 2006.
5. Kovačević, B., *Savremena sociologija*, Centar za publikaciju, Pravni fakultet, Banja Luka, 2009.
6. Marjanović, M., Markov, S., *Osnovi sociologije*, Prirodno-matematički fakultet, Novi Sad, 2008.
7. Zrnić, M., Šušnjar, V., *Organizaciono ponašanje - osnove kreativnog menadžmenta*, Besjeda, Banja Luka College, Banja Luka, 2008.

Internet izvori:

8. Link-elearning, *Etičke norme i pravila profesionalnog ponašanja*, http://www.link-elearning.com/lekcija-Eti%C4%8Dke-norme-i-pravila-profesionalnog-pona%C5%A1anja_4301
9. Link-elearning, *Predmet poslovne etike*, http://www.link-elearning.com/lekcija-Predmet-poslovne-etike_4298