

Poduzetnička etika

Kačinari, Simona

Master's thesis / Diplomski rad

2023

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Rijeka, Faculty of Tourism and Hospitality Management / Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:191:992344>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-06**



Repository / Repozitorij:

[Repository of Faculty of Tourism and Hospitality Management - Repository of students works of the Faculty of Tourism and Hospitality Management](#)



SVEUČILIŠTE U RIJECI
Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu
Diplomski sveučilišni studij

SIMONA KAČINARI

Poduzetnička etika

Entrepreneur ethics

Diplomski rad

Opatija, 2023.

SVEUČILIŠTE U RIJECI
Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu
Diplomski sveučilišni studij
Održivi razvoj u turizmu

Poduzetnička etika

Entrepreneur ethics

Diplomski rad

Kolegij: Poslovna etika i kultura

Student: Simona Kačinari

Mentor: dr.sc. Marija Ivaniš

Matični broj: ds3763/22

Opatija, travanj 2023.



SVEUČILIŠTE U RIJECI UNIVERSITY OF RIJKA
FAKULTET ZA MENADŽMENT U TURIZMU I UGOSTITELJSTVU
FACULTY OF TOURISM AND HOSPITALITY MANAGEMENT
OPATIJA, HRVATSKA CROATIA

IZJAVA O AUTORSTVU RADA I O JAVNOJ OBJAVI OBRANJENOG DIPLOMSKOG RADA

SIMONA KAČINARI
(ime i prezime studenta)

DS 3763
(matični broj studenta)

Poduzetnička etika

(naslov rada)

Izjavljujem da sam ovaj rad samostalno izradila/o, te da su svi dijelovi rada, nalazi ili ideje koje su u radu citirane ili se temelje na drugim izvorima, bilo da su u pitanju knjige, znanstveni ili stručni članci, Internet stranice, zakoni i sl. u radu jasno označeni kao takvi, te navedeni u popisu literature.

Izjavljujem da kao student–autor diplomskog rada, dozvoljavam Fakultetu za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci da ga trajno javno objavi i besplatno učini dostupnim javnosti u cjelovitom tekstu u mrežnom digitalnom repozitoriju Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci.

U svrhu podržavanja otvorenog pristupa diplomskim radovima trajno objavljenim u javno dostupnom digitalnom repozitoriju Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci, ovom izjavom dajem neisključivo imovinsko pravo iskorištavanja bez sadržajnog, vremenskog i prostornog mog diplomskog rada kao autorskog djela pod uvjetima *Creative Commons* licencije CC BY Imenovanje, prema opisu dostupnom na <http://creativecommons.org/licenses/>.

U Opatiji, Rujan, 2023.


Potpis studenta

Sažetak

U diplomskom radu analiziraju se etika i etička načela sa fokusom poduzetničke etike u suvremenom poslovanju. Tematika diplomskog rada obuhvaća razvoj poslovne etike kroz povijest te veličinu važnosti koju etika i poslovna etika dobivaju kroz godine razvoja. Isto tako definiraju se i uspoređuju pojmovi etika i moral u poduzetništvu te se opisuje poslovna etika kao društvena obveza suvremenog poduzeća te koji su temelji etičkog poslovanja, kojim se moralnim standardima, etičkom kulturom te etičkim kodeksom moraju voditi društveno odgovorna poduzeća. Spominje se i važnost poduzetničke etike te koliko poduzetnička etika utječe na samo i uspješno poslovanje poduzeća, na djelatnike poduzeća, ali i na razno razne situacije i problematike sa kojima se poslovanje odnosno poduzeće susreće. Kroz diplomski rad se također provodi i istraživanje o stavu pojedinaca prema poduzetničkoj etici, njezinom utjecaju i važnosti. Analiziranjem poduzetničke etike može se zaključiti da je upravo ona vrlo bitan faktor za razvoj i uspješno poslovanje društveno odgovornog poduzeća.

Ključne riječi: etika; poduzetništvo; poslovna etika; društvena odgovornost.

Sadržaj	
Sažetak	2
1. Uvod	1
1.1. Problem i predmet istraživanja	1
1.2. Svrha, ciljevi i znanstvene metode istraživanja	1
1.3. Ocjena dosadašnjih istraživanja	2
1.4. Znanstvena hipoteza i pomoćne hipoteze	2
1.5. Struktura rada	3
2. Pojmovno određenje etike i morala	5
2.1. Etika	5
2.1.1. Etika kao filozofska disciplina	6
2.1.2. Podjela etike	7
2.1.3. Etička načela i vrline	8
2.1.4. Osobna i globalna etika	10
2.2. Moral	12
3. Poslovna etika kao društvena obveza suvremenog poduzeća	14
3.1. Povijesni razvoj poslovne etike	14
3.2. Temelji etičkog poslovanja	15
3.2.1. Moralni standardi	16
3.2.2. Etička kultura i klima	17
3.2.3. Etički kodeks	18
3.3. Profesionalni integritet	19
4. Poduzetnička etika	21
4.1. Poduzetnička kultura	21
4.2. Važnost poduzetničke etike	22
4.3. Moralni i etički izazovi u poduzetništvu	24
4.4. Utjecaj etike na međuljudske odnose	26
4.5. Utjecaj etike na uspješnost poslovanja	27
5. Društvena odgovornost suvremenog poduzeća	30
5.1. Načela društveno odgovornog poslovanja	30
5.2. Etično i legalno poslovanje	32
5.3. Socijalno poduzetništvo	34
5.4. Poticanje etičkog i društveno odgovornog poslovanja u RH	36

6. Metodologija i rezultati empirijskog istraživanja	39
6.1. Metodologija istraživanja	39
6.1.1. Vrsta istraživanja	39
6.1.2. Vrste podataka	39
6.1.3. Istraživačka pitanja i ciljevi istraživanja	40
6.1.4. Područje istraživanja	40
6.1.5. Uzorak i prikupljanje podataka	40
6.1.6. Instrument mjerenja	41
6.1.7. Metode statističke analize	41
6.1.8. Valjanost i pouzdanost istraživanja	41
6.2. Rezultati istraživanja	42
Zaključak	53
Literatura	55
Popis slika, shema i grafikona	57
Prilog: Anketa	58

1. Uvod

U uvodnom dijelu, čitateljima će se pobliže opisati dijelovi diplomskog rada kao što su problem i predmet istraživanja rada, svrha, ciljevi i znanstvene metode istraživanja koje su korištene u pisanju istog. Analizirati će se i ocjene dosadašnjih istraživanja na tematiku poduzetničke etike te se navode i znanstvene i pomoćne hipoteze. Na samom kraju uvoda opisati će se i sama struktura disertacije.

1.1. Problem i predmet istraživanja

Postojanje današnjih poduzeća na prvi pogled govori nam o stvaranju profita i samo stvaranju profita. Mnogi menadžeri raznih poduzeća smatraju da je stvaranje profita jedina važna ili najvažnija stavka u poslovanju te kako bi došli do cilja odnosno do stvaranja profita skloni su učiniti sve kako bi uspjeli u svojoj nakani. Stvaranje profita jest jedna bitna stavka u poslovanju, ali nije najbitnija. Ulogu u stvaranju profita ima i poduzetnička etika bez koje je danas vrlo teško uspjeti upravo zbog etičke osviještenosti današnjeg društva. No, mnogi se i dalje odlučuju na neetičko poslovanje. Stoga je problem istraživanja nedovoljna etička osviještenost menadžera raznih poduzeća te slaba primjena etike u poslovanju te vrlo mali broj društveno odgovornog poslovanja na tržištu.

Predmet istraživanja jesu pojmovno pojašnjenje etike, poduzetništva, etičkog poslovanja, poduzetničke etike te utvrđivanje prisutnosti etike u poduzećima i koliko je ona zapravo važna u cjelokupnom poslovanju te utječe li na sami uspjeh poduzeća.

1.2. Svrha, ciljevi i znanstvene metode istraživanja

Svrha istraživanja u ovom diplomskom radu jest pojašnjenje pojmova etike i pojmova usko vezanih uz etiku te pojašnjenje pojmova poduzetništva i poduzetničke etike. Isto tako cilj istraživanja jest utvrditi koliko etika utječe na poslovanje poduzeća te koliko je ona bitna za sami opstanak, dobru reputaciju i uspješnost poduzeća. Pojedinačni ciljevi istraživanja su ispitivanje stavova pojedinaca o poduzetničkoj etici, ispitivanje zadovoljstva pojedinaca etikom na njihovom radnom mjestu te ispitivanje važnosti same etike te njezin utjecaj na samo poslovanje poduzeća. Znanstvene metode koje su korištene u pisanju rada su metode deskripcije i kompilacije, induktivne metode te metode ispitivanja za koju se koristio anketni upitnik.

1.3. Ocjena dosadašnjih istraživanja

Etika je na važnosti dobila unatrag dvadesetak godina. Društvo je sve više etički usmjereno i osviješteno te im je vrlo bitno da poduzeća u njihovoj okolini također posluju etički i korektno. Kako je etika postala sve važnija u društvu tako su se počela provoditi i istraživanja koja istražuju razinu etičkog poslovanja poduzeća.

Rezultati istraživanja Sanje Vig (direktorica poduzeća Codupo) pokazali su kako su etičko vodstvo, etička kultura, etička klima i poslovna etika kao stavke najzastupljenije u fazi zrelosti što znači da većina poduzeća koja su u toj fazi imaju etičnije vodstvo i pokazuju više elemenata etičke kulture.¹ Prema literaturi korištenoj u radu, faze životnog ciklusa poduzeća dijele se u tri skupine: fazu rasta (doba povića, go-go i adolescencija), fazu zrelosti (top forma i zrelost) te fazu pada (aristokracija, rana birokracija i birokracija). Istraživanje je ukazalo na podatak da se u fazi zrelosti nalazi 25% (39) kompanija iz uzorka od kojih se u fazi top forme nalazi 13% poduzeća. Smatra se da tek jedna četvrtina poduzeća u Hrvatskoj posluje etično.

1.4. Znanstvena hipoteza i pomoćne hipoteze

U pisanju diplomskog rada smjernice su bile znanstvene hipoteze koje su usko vezane uz tematiku rada, odnosno usko vezane uz etiku i poduzetništvo. S obzirom na dosadašnja istraživanja glavna znanstvena hipoteza na kojoj se temelji diplomski rad jest: Etika i društveno odgovorno poslovanje bitni su faktori u uspješnosti poslovanja.

Empirijskim istraživanjem nastojala se testirati istinitost sljedećih pomoćnih hipoteza:

H0: Etika u poslovanju je vrlo važna.

H1: Poduzetnici poštuju etička načela u ostvarivanju ciljeva.

H2: Profit je najvažnija stavka u poslovanju te nije potrebno poštivati etiku kako bi se profit ostvario.

H3: Društveno odgovorno poslovanje jedan je od faktora važnih za uspjeh poduzeća.

¹Dostupno sa: [ODRŽANA 14. KONFERENCIJA O ODRŽIVOM RAZVOJU I 15. DODJELA NAGRADA HRIO • Društveno odgovorno poslovanje u Hrvatskoj - Dop.hr](#) (pristupljeno 27.06.)

1.5. Struktura rada

Diplomski rad sastoji se od 6 glavnih cjelina međusobno povezanih. U prvoj cjelini uvodi se u samu tematiku rada, a sastoji se od pet dijelova. Prvi podnaslov uvoda je problem i predmet istraživanja gdje se uvodi u samu problematiku rada i samo istraživanje provedeno u disertaciji. Drugi podnaslov govori o svrsi, ciljevima i znanstvenim metodama koje su primijenjene u pisanju disertacije. Treći podnaslov opisuje dosadašnja istraživanja vezana uz tematiku rada. Četvrti podnaslov uvodi u znanstvene i pomoćne hipoteze na kojima se temelji cijeli rad i na kojima se baziralo samo empirijsko istraživanje. Peti podnaslov prve cjeline opisuje samu strukturu disertacije.

Druga glavna cjelina pojmovno određuje etiku i moral, a sastoji se od dva veća podnaslova kao što su etika i moral, dok prvi podnaslov sadrži i 4 manja podnaslova kao što su etika kao filozofska disciplina, podjela etike, etička načela i vrline te osobna i globalna etika.

Treća glavna cjelina govori o poslovnoj etici kao društvenoj obvezi suvremenog poduzeća. Sastoji se od tri veća podnaslova, a to su povijesni razvoj poslovne etike, temelji etičkog poslovanja i profesionalni integritet. Drugi veći podnaslov sastoji se od tri manja podnaslova koja glase: moralni standardi, etička kultura i klima i etički kodeks. U trećoj glavnoj cjelini produbljuje se tematika etike i poslovne etike te što sve ona sa sobom nosi i što je potrebno kako bi primjena etike u poslovanju bila adekvatna.

Četvrta glavna cjelina naziva se poduzetnička etika. U četvrtoj cjelini upoznajemo poduzetničku kulturu, pojašnjava se važnost poduzetničke etike te se pojašnjavaju moralni i etički izazovi koji se pojavljuju u poduzetništvu. Isto tako opisuje se utjecaj na međuljudske odnose ali i sami utjecaj etike na uspješnost poslovanja.

Peta glavna cjelina upoznaće nas sa tematikom društvene odgovornosti poduzeća, a sastoji se od četiri manjih cjelina gdje se opisuju načela društveno odgovornog poslovanja, pojašnjava se etično i legalno poslovanje kao i socijalno poduzetništvo te govori o poticanju etičkog i društveno odgovornog poslovanja u Republici Hrvatskoj.

Šesta glavna cjelina opisuje korištenu metodologiju i rezultate empirijskog istraživanja. Govori o vrsti istraživanja i vrsti podataka, istraživačkim pitanjima i ciljevima istraživanja, metodama statističke analize, instrumentu mjerenja, valjanosti istraživanja i na kraju samim rezultatima istraživanja. Diplomski rad završava zaključkom koji se bazira na provedenom istraživanju te

na ostatku teorijskog djela rada. Nakon zaključka navedena je literatura korištena za pisanje rada te popis slika i grafikona koji se nalaze u samom radu.

2. Pojmovno određenje etike i morala

Etika i moral dva su pojma koja su prisutna u svakom segmentu života ljudi. Navedenim pojmovima potrebno je voditi se u svakidašnjim životnim situacijama i okruženju bilo to u ljubavnim, međuljudskim, poslovnim, poduzetničkim, vjerskim ili odnosu prema životinjama i prirodi. Etika i moral bitne su stavke i odrednice svakog pojedinca u svrhu boljeg i pravednijeg svijeta. Iako se etika i moral često koriste kao sinonimi, ova dva pojma nisu istoznačni pojmovi.

2.1. Etika

Ponašanje svakog pojedinca u određenim životnim situacijama, ali i svakodnevno, određeno je pojedinim etičkim načelima kojima se isti vode. Načela su to koja pojedinci odabiru u svrhu donošenja pravednih, poštenih te ispravnih životnih odluka.

Etika skup načela moralnoga (ćudorednog) ponašanja nekoga društva ili društvene skupine koja se zasnivaju na temeljnim društvenim vrijednostima kao što su: dobrota, poštenje, dužnost, istina, ljudskost itd.; znanost o moralu kao društvenom fenomenu koji se izražava u konkretnim ljudskim postupcima u okviru pravila, maksima i civilizacijskih zasada jednoga društva; filozofska disciplina koja ispituje zasnovanost i izvor morala, temeljne kriterije za vrjednovanje te ciljeve i smisao moralnih htijenja i djelovanja.²

Izričaj etika potiče iz grćke rijeći *ethos*, koja znaći: obićaj, navika, karakter, ozraćje. Grćka rijeć *ethikos* izvodi se iz *ethos*, a dolazi od *etho* (nešto usvojiti, naviknuti se), a spominje se u tekstovima Homera i Herzioda u kojima se objašnjava kao naćin kako je neko živo biće naviklo u svojoj životnoj sredini –naćin življenja kakav se nalazi, preuzima i usvaja iz svoje okoline. U najranijim tekstovima *ethos* se kao rijeć upotrebljava vrijednosno neutralno. *Euthes* je znaćilo biti „dobro odgojen“ i često se ova rijeć upotrebljavala u grćkome jeziku iako se u filozofskoj terminologiji njoj zapravo i nije pridavala neka velika vaćznost kao što i danas u svakodnevnom govoru rijeć „dobar“ obićno shvaća kao dobroćudnost u smislu naivnosti. Od 5. st. prije Krista pojavljuje se sekundarni oblik *ethos* u znaćenju „obićaj“, „navada“. Etika ukazuje kako valja živjeti, ponašati se, što ćiniti, kakav biti. Znanost o ljudskom ponašanju –stari su Grci nazivali

² dostupno sa: <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=18496>, Etika. *Hrvatska enciklopedija, mrećno izdanje*. Leksikografski zavod Miroslav Krleća, 2021. (pristupljeno 7. 4. 2023.)

ethike tehne. S vremenom se je ta sintagma skratila izostavljanjem riječi *tehne* (vještina, znanje, znanost) pa je ostalo samo *ethike*.³

Stoljećima prije Krista pojavljuje se i promatra se etika te se promatraju ljudske navike, običaji, njihova dobrota i njihovo ponašanje, stoga danas imamo jasno definiranu etiku te možemo razlikovati što je pravedno, pošteno, dobro, a što etički nije prihvatljivo.

2.1.1. Etika kao filozofska disciplina

Na razvoju etike, etičkih kodeksa, etičkih pravila te ponašanju društva ili pojedinca radilo se tisućama godina te se i dan danas etika kao filozofska disciplina promatra u svakodnevnom životu društva te pojedinca.

Etika proučava postojeći moral, odnosno postojeću moralnu praksu ljudi i pokušava pronaći odgovarajuće smjernice za moguće poboljšanje te prakse. Otuda se u filozofskoj literaturi etička razmatranja shvaćaju kao teorijska valorizacija dobrog ili lošega ljudskog morala, što je nekim filozofima dalo povoda da etiku nazovu „moralna filozofija“ ili „teorija morala“. Moralna filozofija je za mnoge ne filozofe središnji predmet filozofije jer zaista, ispitivanje naravi moralnosti i pitanje kako bismo trebali živjeti svoj život, ključna su pitanja filozofa svih tradicija. Svaki etičar ne mora biti pritom i moralist u smislu praktične reforme ljudskog morala, dok je svaki moralist i etičar jer svojim praktičnim ponašanjem želi uspostaviti i neke etičke vrijednosti. Treba, međutim, istaknuti da je uz revnost za praktičnom primjenom moralnih vrijednosti, potrebno i teorijsko poznavanje određenih etičkih načela koja se realno mogu pretočiti u moralnu praksu.⁴ Za utemeljenje etike kao znanstvene discipline značajno je pridonijela Platonova podjela znanja na teorijsko i praktično područje, a potom i Aristotelova podjela znanja na teorijsko, praktično i poetičko područje, pri čemu je svrha teorijskog znanja fundamentalna, praktičnog da se život čovjeka u zajednici učini boljim, a poetičkog stvaranje poštenog i moralnog odnosa u okruženju.⁵

Etika kao filozofska disciplina i dalje istražuje i pojašnjava etičko-filozofske odnose te oblikuje moralne poglede, odlučivanja u svrhu oblikovanja i određivanja moralnog djelovanja i

³ Ivaniš, M.: *Poslovna etika I duhovnost u procesu korporativnog upravljanja*, Naklada Kvarner, Rijeka, 2015. str. 30

⁴ Ibidem, str. 26.

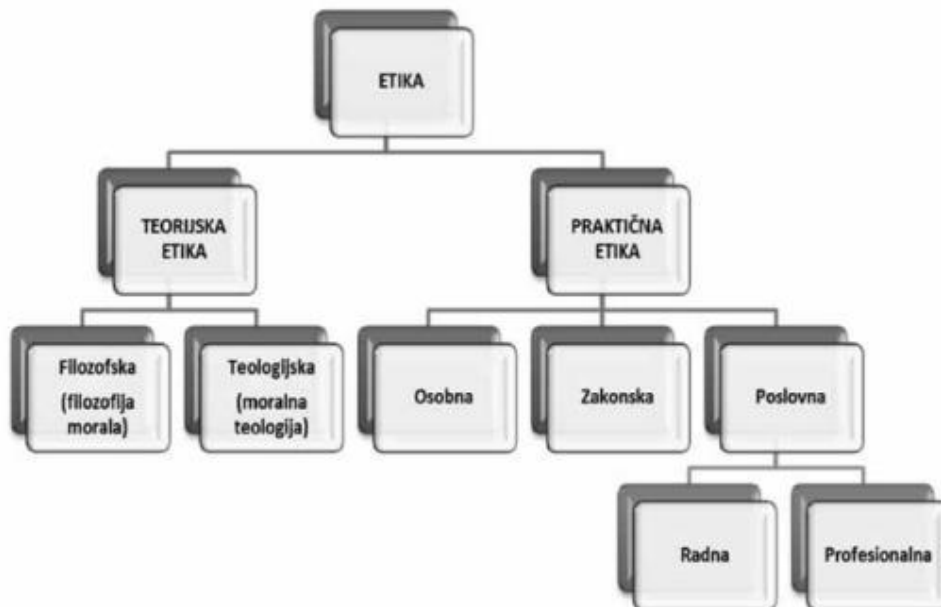
⁵ Ibidem, str. 27.

ponašanja društva kao pa tako i pojedinca. Danas se u školskom obrazovanju učenici i studenti podučavaju etici kao filozofskoj discipline kako bi spoznali etičko i moralno ponašanje drugih u svakodnevnom životu ali i njihovo vlastito djelovanje te ponašanje.

2.1.2. Podjela etike

Promatrajući svakodnevne situacije u poslovnom, poduzetničkom, privatnom, ljubavnom, obiteljskom i ostalim okruženjima možemo primijetiti primjenu etike i etičkog i moralnog djelovanja, ponašanja, donošenja odluka i drugih etičkih akta. S obzirom da postoje različita okruženja tako se u svakom okruženju primjenjuje različita etike te različito etičko i moralno ponašanje što dovodi do podjele etike. Osnovna podjela etike je na teorijsku i praktičnu etiku gdje se teorijska dijeli na filozofsku i teologijsku etiku dok se praktična dijeli na osobnu, zakonsku i poslovnu pa se tako i poslovna dijeli na radnu i profesionalnu etiku.

Shema 1.Osnovna podjela etike



Izvor: Ivaniš, M.: *Poslovna etika I duhovnost u procesu korporativnog upravljanja*, Naklada Kvarner, Rijeka, 2015. str. 34

Teorijska podjela na filozofsku odnosno na filozofiju morala i teologijsku odnosno na moralnu teologiju predstavlja filozofsko učenje i sagledavanje etike u svakodnevici te pojedincima i njihovom djelovanju dok se teologijska etika bazira na moralnom ponašanju i dobrim djelima prema Bogu. Praktična etika koja se dijeli na osobnu, zakonsku i poslovnu etiku postavlja pojedinca i njegovo ponašanje te djelovanje u središte promatranja. Osobna je etika neobvezan izbor pojedinca na kojeg utječu obrazovanje pojedinca, obitelj i odgoj te razna okruženja pojedinca. Zakonska je etika zakonom propisana i trebala bi biti etična te bi se istih trebalo pridržavati, no ono što je zakonski nije uvijek i etično. Poslovna etika spoj je osobne i zakonske etike kojom se koriste i koja se primjenjuje u poslovnom okruženju te se odnosi na apsolutno sve zaposlenike određenog poduzeća ili poslovanja.

2.1.3. Etička načela i vrline

Etička načela sastavnice su etičkog kodeksa i sastavnice svakog poduzeća kojima se danas vode poduzeća u svim područjima poslovanja te na određeni način određuju njihovo etično poslovanje pa i poslovnu kulturu.

Tri osnovna načela, među općeprihvaćenim u našoj kulturnoj tradiciji, posebno su važna za etiku istraživanja koja uključuju ljudske subjekte: načela poštovanja osoba, koristi i pravde koja se temelje na Belmontovom izvješću.

1. Poštovanje prema osobama: poštovanje prema osobama uključuje najmanje dva etička uvjerenja; kao prvo, da se prema pojedincima treba postupati kao prema autonomnim agentima, i kao drugo, da osobe smanjene autonomije imaju pravo na zaštitu. Načelo poštovanja osoba tako se dijeli na dva odvojena moralna zahtjeva; zahtjev priznavanja autonomije i zahtjev zaštite osoba smanjene autonomije.

2. Koristi: s osobama se postupa na etičan način ne samo poštivanjem njihovih odluka i zaštitom od štete, već i nastojanjima da osiguraju svoju dobrobit. Takvo postupanje spada u načelo koristi. Dva opća pravila formulirana su kao komplementarni izrazi korisnih djelovanja u smislu; ne štetiti i maksimizirati moguće koristi te minimizirati moguće štete. Kao u svim teškim slučajevima, različite tvrdnje obuhvaćene načelom koristi mogu nastati u sukobu i prisiliti na teške izbore.

3. Pravda: Tko bi trebao imati koristi, a tko bi trebao snositi svoje terete? To je pitanje pravde u smislu „pravednosti u distribuciji“ ili „onoga što je zaslužen“. Do nepravde dolazi kada se

neka korist na koju osoba ima pravo odbije bez opravdanog razloga ili kada se neopravdano nametne određeno opterećenje. Drugi način nošenja načela pravde jest da se prema jednakosti treba jednako postupati.⁶

Temeljna poslovna etička načela kojih se treba pridržavati u korporativnom upravljanju su:

1. sva ljudska bića rađaju se slobodna i jednaka u dostojanstvu i pravima
2. zakonitost, transparentnost i javnost poslovanja
3. održivo i društveno odgovorno poslovanje
4. društvena solidarnost i pravednost
5. poštenje i transparentnost u poslovnim odnosima
6. profesionalnost i participativno upravljanje u vođenju poslovanja
7. ravnopravan tretman i sinergija interesa svih sudionika
8. inovativnost i otvorenost prema promjenama
9. odgovorno upravljanje resursima i održivim razvojem
10. svatko ima pravo na život, slobodu i osobnu sigurnost
11. vjerodostojno i principijelno rješavanje nesuglasica na temelju činjenica i pravednosti
12. odricanje svih oblika mita i sukoba interesa
13. dosljedna težnja znanju i inoviranju znanja unutar profesije
14. poštivanje slobode mišljenja, savjesti i vjere
15. nekorištenje nepotizma u javne i oprečne poslovne svrhe.⁷

Etičke vrline skup su sastavnica koje čine čovjekove karakteristike osobnosti ne uzimajući u obzir čovjekovo djelovanje. Svaki pojedinac ima pravo izabrati kakav će biti, čime će se voditi u životu i kako će živjeti. Upravo etičke vrline odgovaraju na pitanja kakvi trebamo biti i kako trebamo živjeti.

⁶ Dostupno sa: <https://www.stmarys-ca.edu/academic-affairs/faculty-governance/institutional-review-board/basic-ethical-principles> (pristupljeno 25.04.2023.)

⁷ Ivaniš, M.: *Poslovna etika I duhovnost u procesu korporativnog upravljanja*, Naklada Kvarner, Rijeka, 2015. str. 77

Čovjeku i priliči najbolje djelovanje. Prema Aristotelu, to je djelovanje koje je vođeno razumom kao onim specifično ljudskim. Razum omogućuje spoznaju, a primjena spoznaje u praktičnom djelovanju je etika. Zato za njega vrlina nije nešto urođeno već se ona stječe i razvija prakticiranjem tijekom života. Ona je stanje čovjeka i da li će postojati ili ne, to ovisi o čovjeku, o njegovom izboru. Djelovanjem koje je u skladu s vrlinom postiže se eudaimonia (sreća ili blaženstvo) kao ono što je i najbolje i najljepše i najugodnije za čovjeka. To je ujedno i ono najbolje za ljudsku zajednicu.⁸

Za razvoj etičkih vrlina, smatra Aristotel, važna je volja. Kako je temeljna osobina ljudske volje sloboda, čovjek sam bira hoće li razvijati etičke vrline i tako ovladavati onim požudnim u sebi ili ne. Preduvjet za ovo je spoznaja koja dolazi od razumskog dijela duše, jer samo razum može izabrati ono što je za čovjeka najbolje i na to usmjeriti volju. Takvim djelovanjem u kojem je volja čovjeka, kao pokretač, vođena razumom, tj. njegovim ispravnim izborom, dugotrajnim vježbanjem i navikama razvijaju se etičke vrline.⁹

Prema Aristotelu primjeri etičkih vrlina su:

1. Hrabrost
2. Umjerenost
3. Darežljivost
4. Velikodušnost
5. Pravednost.

Središte etike vrlina jest osoba, svaki pojedinac te njegove karakteristike osobnosti. S obzirom da svaka osoba ima pravo na izbor kako će izgraditi svoje osobine, za svoju dobrobit i dobrobit drugih koji ga okružuju taj bi se izbor trebao temeljiti na etičkim vrlinama. Etičke vrline su te koje čine ovaj svijet ljepšim, pravednim i spokojnim za život.

2.1.4. Osobna i globalna etika

⁸ Dostupno sa: <https://nova-akropola.com/filozofija-i-psihologija/filozofija/aristotel-o-vrlini/> (pristupljeno 25.04.2023.)

⁹ Ibidem

Okruženje svakog pojedinca uvelike utječe na razvoj, usmjerenje i izgradnju osobne etike. Okruženje poput obitelji, kućnog odgoja, prijatelja, razine obrazovanja i vjere ključno je u određivanju i usmjeravanju osobne etike. Svako od navedenih okruženja na jedinstven način utječe na svakog pojedinca svjesno ili nesvjesno, ali na kraju je čovjek taj koji sam odlučuje i sam odabire kojim će se etičkim načelima i vrlinama voditi te hoće li odabrati dobro ili zlo.

Osobna etika odnosi se na etiku kojom osoba identificira ljude i situacije s kojima se susreće u svakodnevnom životu. Etika utječe na odluke koje donosimo i radnje koje poduzimamo, od naših osobnih života do naših profesionalnih karijera i šire. Svi smo dio međusobno povezane globalne zajednice. Naši doprinosi općem dobru, bez obzira na to koliko su veliki ili mali, mogu imati trajan učinak. Odabirom etičkog načina života osigurat ćemo da naš utjecaj bude pozitivan. Poslovni lideri imaju jedinstvenu priliku stvoriti i utjecati na etičku kulturu svojih poduzeća i među svojim dionicima. Čak i uvođenje etike u poslovni način razmišljanja pomoći će da se pristupa situacijama na etičniji način. Stvaranje etičke kulture u poslu vođenjem po primjeru je vrlo lako; činiti dobro i biti dobar.¹⁰

Pojam globalna etika odnosi se na skup zajedničkih moralnih vrijednosti i etičkih standarda koje dijele različite vjere i kulture na zemlji. Te zajedničke moralne vrijednosti i etički standardi predstavljaju humanu etiku ili etiku čovječanstva. S obzirom na proces globalizacije, tu etiku čovječanstva, poznati rimokatolički teolog i filozof profesor Hans Kung nazvao ga je „globalnom etikom“. Iako je koncept globalne etike profesor Hans Kung prvi put uveo 1989.godine, prema njegovim riječima nije „novi izum već samo novo otkriće“ zajedničkih načela koja su stara koliko i čovječanstvo.¹¹

Nema sumnje da globalizirani svijet sa svojim ogromnim društvenim, ekološkim i moralnim problemima treba globalizaciju moralnih vrijednosti i etičkih standarda. Globalna etika

¹⁰ Dostupno sa: <https://www.scu.edu/mobi/resources--tools/blog-posts/ethics-in-life-and-business/ethics-in-life-and-business.html#:~:text=Ethics%20is%20what%20guides%20us,us%20away%20from%20unjust%20outcomes> (pristupljeno 25.04.2023.)

¹¹ Dostupno sa: <https://www.kas.de/de/statische-inhalte-detail/-/content/what-is-the-global-ethic-#:~:text=The%20term%20GLOBAL%20ETHIC%20refers,or%2C%20the%20ethic%20of%20humanity> (pristupljeno 25.04.2023.)

potrebna nam je kako bi naši unuci i praunuci mogli živjeti pristojan život, a kako bismo to mogli prvo nam je potrebna dobra osobna etika jer sve kreće od nas.

2.2. Moral

Uz etiku pojavljuje se i pojam moral koji se često koristi kao sinonim za etiku, vrlo su slični pojmovi, ali ipak postoji razlika između etike i morala. Moral je isto kao i etika izbor svakog čovjeka da izabere kako će i na koji način djelovati u životu. Isto tako na moral utječu razno razni faktori u okruženju svakog čovjeka.

Izričaj moral potiče iz latinskog jezika, od imenice „*mos*“ koja ima potpuno isto značenje kao i helenski etos. Dakle: običaj, ponašanje, vladanje. Riječ *mores* u latinskom uvodi Ciceron. Latinska riječ *mos* ima jak izričit odnos spram volje. U engleskom jeziku moral se naziva *morals*, a u francuskom *les morales*. U njemačkom jeziku se koristi riječ *sitten* u skladu s latinskom terminologijom i označava ćudoređe ili moral. Moral u najširem je smislu oblik društvene svijesti, skup nepisanih pravila, običaja, navika i normi koji su prihvaćeni u životu neke zajednice. Moral određuje kako ljudsko djelovanje treba biti, a pripadnici zajednice prihvaćaju te principe kao dolične i podvrgavaju im se, na taj način regulirajući međuljudske odnose. Moral predstavlja sveukupnost važećih moralnih normi, to je konkretni oblik ljudske slobode, normiran određenim (pisanim ili nepisanim) kodeksom ponašanja i djelovanja, a moralnost podrazumijeva skup normi i načela koja daju valjanost nekom određenom moralu ili opravdava neko moralno djelovanje – načelo ili skup načela koji moralu daje obrazloženje i opravdanje. Prema svim teorijama moralnosti, temeljni kriterij moralnosti je „skrb za druge ljude“, odnosno doprinos ljudskom dobru, tj. tzv. „prosocijalnost“. Moralna pravila nisu svuda apsolutno važeća, već se razlikuju i vremenski i prostorno. Za razliku od pozitivnih zakona, moralna pravila – kada su prekršena – ne donose političke ili ekonomske sankcije. Kao sankcije nemoralnog ponašanja javljaju se grižnja savjesti, prijekor ili bojkot okoline. Međusobnim odnosom morala i moralnosti nastaje moralna kompetencija – svjesno opravdavanje moralnog stava, znanje razloga zašto djelujemo na neki određen moralno relevantni način. Implikat moralne kompetencije je moralna odgovornost koja pretpostavlja slobodnu volju kao svoj nužni uvjet. Bez slobode nema moralne odgovornosti. Opravdanje moralnog djelovanja uključuje slobodu volje ili ljudsku slobodu uopće te neko znanje ili uvjerenje što je to ispravno u moralnome smislu, a uključuje dvije ravnopravne i međusobno kompatibilne teorije: etiku koja

se temelji na jasno definiranom moralnom zakonu – „Etika moralnog zakona“ (svatko je sam sebi moralni zakon , a potvrda za to je moralna savjest) i etiku koja se temelji na onome što je upisano u ljudskom srcu – „Etika individualnog čovjeka“. ¹²

Moral je usko vezan za čovjeka i njegov pojedinačni izbor u načinu djelovanja prema drugim ljudima i općenito u životu. Moralni čovjek vodi se skupom načela koja ga potiču da čini dobro i doprinosi ljudskom dobru. Isto tako moralni čovjek osjeća određenu odgovornost koja je povezana određenim djelovanjem pa će u slučaju lošeg djelovanja, moralni čovjek osjećati grižnju savjesti te će ga okolina bojkotirati. U svakom slučaju, osobni moral svakog čovjeka potiče na širenje dobrote prema drugim ljudima i sprječava ga u lošim, nekorektnim naumima.

¹² Ivaniš, M.: *Poslovna etika I duhovnost u procesu korporativnog upravljanja*, Naklada Kvarner, Rijeka, 2015. str. 30, 31

3. Poslovna etika kao društvena obveza suvremenog poduzeća

Svako suvremeno poduzeće današnjice nosi i veliku društvenu odgovornost kao što je poslovna etika. Poslovna etika suvremenog poduzeća bitan je faktor uspješnosti poduzeća pa tako i daljnjeg razvoja poduzeća. Obveza je poduzeća primjenjivati pravu poslovnu etiku kako bi u poslovanju bili zadovoljni zaposlenici, vlasnici, ali i ostatak poslovnog okruženja.

Društveno odgovorno poslovanje je način poslovanja kod kojega poduzeće obavlja svoju gospodarsku djelatnost maksimizirajući pozitivan i minimizirajući negativan utjecaj svojih poslovnih aktivnosti na društvo i okoliš; društveno odgovorno poslovanje temelji se na modelu trostruke bilance, odnosno na tri stupa – ljudi, planet, dobit – što znači da se poslovni uspjeh organizacije ne mjeri samo po ekonomskim rezultatima (profitabilnost), već i po društvenim (unapređenje života lokalne zajednice i sl.) te okolišnim kriterijima (doprinos očuvanju okoliša, obnavljanju ekosustava i sl.) potičući na taj način ostvarenje društvenog, gospodarskog i ekološki održivog razvoja.¹³

Stvaranje suvremenog poduzeća ne smije se bazirati samo na profitu, već i na zadovoljstvu zaposlenika, klijenata te na održivosti okoline poduzeća.

3.1. Povijesni razvoj poslovne etike

Poslovna prošlost u svijetu nije marila za etiku, odnosno poslovnu etiku već samo za poslovni profit. S vremenom je etika dobila veći značaj te je postala česta tema rasprave pa se tako i u poslovnom svijetu pojavila poslovna etika koja je danas neupitan faktor razvoja poduzeća.

Povijesno gledano, poslovna etika nije bila tema koja je zabrinjavala većinu. Međutim, s početkom 1970-ih godina, etička komercijalna politika i procedure postale su značajno važne. Ipak, povijest poslovne etike ima važnu ulogu u njenoj evoluciji iz stvarnog svijeta i akademske perspektive. Prije 1970-ih, pojam poslovna etika rijetko je bila tema rasprave. Većina tvrtki

¹³ Lukić, I.: *Etika 3 – pravcima života*, udžbenik etike u trećem razredu srednjih škola, Naklada Školska knjiga, 2022. str 137

jednostavno nije brinula o etici svog poslovanje, misije ili korporativno ponašanje u potpunosti su bili na fokusirani na profit.¹⁴

Poslova etika doživjela je značajan zaokret u 1960-ima kada je sve više tvrtki počelo prihvaćati društvenu odgovornost. Poslovna etika doživjela je još jednu tranzicijsku fazu u 1970-ima i 1980-ima kada se filozofija odmakla od čistog autoritarizme prema većoj suradnji.¹⁵

Dvadesetih godina došlo je do ponovnog rođenja ekologije, dosezanja novih visina društvenih odgovornosti i ozbiljnih pravnih posljedica etički pogrešnih koraka. Duhanske tvrtke i proizvođači nezdrave hrane suočili su se , primjerice, s pojačanim nadzorom, zajedno s nekoliko važnih tužbi zbog posljedica njihovih proizvoda na javno zdravlje. Naftne i kemijske tvrtke morale su se suočiti sa sve većim pritiskom javnosti da odgovore na štetu nanесenu okolišu.¹⁶

Već od 2000. godine, poslovna etika ima svoju veličinu i važnost u svim segmentima poslovanja te je sve češća tema rasprave. Isto tako etika se podučava i u srednjim školama i fakultetima kako bi se mladi ljudi, budući poslovni ljudi obrazovali u području etike i poslovne etike te kako bi svijet u budućnosti bio prepušten u dobre ruke koje će se u poslovanju voditi etičkim načelima te će odluke donositi korektno i pravedno.

3.2. Temelji etičkog poslovanja

Svako suvremeno poduzeće trebalo bi se voditi etičkim načelima u poslovanju za dobrobit poduzeća, ali i okoline poduzeća. Članovi poduzeća bi uz ekonomske interese trebali obraćati pažnju na moralna i etička načela. Nepridržavanje etički načela u poslovanju dovodi do smanjenja moralnih načela cijelog poduzeća.

¹⁴ Dostupno sa: <https://www.al-edu.com/wp-content/uploads/download-manager-files/The%20Evolution%20of%20Business%20Ethics%20Studies.pdf>, Al-Nasser University Journal - The Evolution of Business Ethics Studies, (pristupljeno 26.04.2023.)

¹⁵ Dostupno sa: <https://www.investopedia.com/ask/answers/022615/how-have-business-ethics-evolved-over-time.asp#:~:text=Business%20ethics%20saw%20a%20notable,authoritarianism%20and%20towards%20greater%20collaboration.> (pristupljeno 26.04.2023.)

¹⁶ Ibidem

Temelji etičkog poslovanja su:

- **Vođenje pomoću primjera** - menadžer osobnim primjerom pokazuje najbolji način
- **Etički kodeks** - formalni iskaz vrijednosti (etičkih i društvenih) poduzeća
- **Etičke strukture** - različiti organi u poduzeću zaduženi za implementaciju etičkog ponašanja (etički zastupnik, etičko povjerenstvo, "sudovi časti")
- **Etički treninzi i "vruća linija"** – učenje zaposlenika etici te prijavljivanje problema
- **Podupirati "zviždače"** - zaposlenici koji razotkrivaju ilegalnu, nemoralnu ili nezakonitu praksu poslodavca.¹⁷
-

Da bi poslovanje bilo etičko, potrebno je vođenje pomoću primjera, što je vrlo jednostavno, budi dobar i čini dobro. Isto tako, bitno je za društvo da se odredi etički kodeks koji će na određeni način određivati i usmjeravati društvo kao i etičke strukture za implementaciju etike. Vrlo je bitno da su zaposlenici slobodni i otvoreni u prijavljivanju problema kao što je vrlo bitno pružati podršku zaposlenicima koji prijavljuju problem i neetičku praksu poslodavca.

3.2.1. Moralni standardi

Nešto što vodi pojedinca u svakodnevnom ponašanju i odlukama da učini ono što je dobro i pravedno zovemo moralnim standardima. Moralni standardi ne vrijede i ne znače za svakoga isto. Svatko od nas vodi se određenim standardima za koje smatramo da su adekvatni i da su u skladu s našim određenim običajima, učenjima, vjerovanjima i pogledima na život.

Moralni standardi predstavljaju osnovne elemente morala, neophodne za određivanje sadržaja moralnih stavova. Podrazumijevaju zahtjeve, adekvatne ljudske sklonosti i stajališta koja motiviraju ljude da se u skladu s njima ponašaju. Važno je razlikovati moralne standarde u odnosu na druge praktične standarde poput opće prihvaćenih društvenih normi ili propisa. Moralni standardi su autonomni u smislu da obvezuju samo osobe koje ih prihvaćaju svojevrijedno što ih i razlikuje od heteronomnih pravnih i društvenih normi, no ne i od standarda razboritosti i osobnog ukusa, oni pretendiraju univerzalnosti u smislu da osobe koje ih prihvaćaju ih smatraju važećim i za druge osobe. Razlikuju se od osobnih želja, pretpostavki

¹⁷Dostupno sa: http://www.efos.unios.hr/poduzetnicke-strategije/wp-content/uploads/sites/231/2018/02/PS_P6_Etika-i-drustvena-odgovornost_2018.pdf (pristupljeno 26.04.2023.)

razboritosti i društvenih običaja ali ne uvijek i u potpunosti od pravnih normi. Smatraju se važnijim od drugih pravila ljudskog ponašanja zbog čega imaju naročitu težinu.¹⁸

Moralni standardi najčešće se grupiraju u tri skupine:

1. Standardi u okviru zakonskih propisa – ključno pitanje kod ovih standarda je kakvi trebaju da budu standardi i trebaju li se poštovati ili ne?

2. Standardi u okviru ekonomskih i socijalnih pitanja izvan granica zakona – obično se nazivaju „osobne vrijednosti”. Tiču se konkretnih načina na koje jedna persona treba da tretira druge i uključuju, ne samo moralne pojmove iskrenosti, poštenja, pravednosti, itd., već i izbjegavanje nanošenja štete drugima, svojevolumnu naknadu za učinjenu štetu, i sl.

3. Standardi u okviru religije – mnogi filozofi za uspostavljanje dobrog i poštenog odnosa prema drugim ljudima, odnosno društvu i zajednici, smatraju ključnim standarde sadržane u religijskim zapisima i učenjima. U kršćanstvu, primjerice, ti moralni standardi i norme se temelje na Božjim moralnim načelima izraženim u Mojsijevih deset zapovijedi. Za razliku od kršćanstva, ostale religije (budizam, islam, hinduizam itd.) nemaju definirane Božje zapovijedi, ali svaka od njih na sebi svojstven način izražava moralne standarde i norme u odnosima između ljudi i između ljudi i Vrhovnog bića – Boga.¹⁹

Možemo zaključiti da su moralni standardi skup pravila kojih se pojedinac drži i prema kojima se pojedinac ponaša, a ta pravila su nastala raznim utjecajima kao što su zakonski propisi, osobne vrijednosti te pravila i standardi vezani uz određenu religiju. Postoji velik broj pravila i standarda, a čovjek ima pravo sam odabrati prema kojim standardima će se ponašati te voditi kroz život. Najbitnije je da ti standardi budu poštteni, pravedni te da ne nanose štetu drugima.

3.2.2. Etička kultura i klima

U poslovnom svijetu vrlo je važno voditi se određenim odrednicama koje samo vodstvo poduzeća izabire u svrhu pravednog, etičkog i na kraju uspješnog vođenja poslovanja. Stoga, u

¹⁸ Ivaniš, M.: *Poslovna etika I duhovnost u procesu korporativnog upravljanja*, Naklada Kvarner, Rijeka, 2015. str. 74

¹⁹ Ibidem

suvremenim poduzećima postoje etička kultura i etička klima koje na određen način određuju poslovanje poduzeća, ponašanje zaposlenika te cjelokupno poduzeće.

Etička kultura je sastavni dio poslovne kulture poduzeća. Etička kultura predstavlja normativni konstrukt zajedničkih percepcija djelatnika o politikama, procedurama i moralnim vrijednostima poduzeća koji direktno utječu na etičku dimenziju donošenja poslovnih odluka, provođenja aktivnosti i ponašanja u kolektivu nekog poslovnoga sustava. Etička kultura bit će jača kada zaposleni vide da se kolege na radnom mjestu pridržavaju etičkih načela i kodeksa ponašanja.

Za razliku od etičke kulture, etička klima predstavlja način je na koji djelatnici kao pojedinci percipiraju etičku kulturu poslovnoga subjekta i na koji način shvaćaju da etička kultura može ostvariti njihove osobne moralne vrijednosti. Sastavni je dio poslovne klime.²⁰

Iako su etička kultura i klima prvenstveno vezane uz vrijednosti i smjernice poduzeća, vrlo je bitno da se etička kultura i klima uspješno implementiraju među djelatnicima, jer upravo su djelatnici poduzeća ti koji održavaju kulturu i klimu živima i na kojima ovisi uspješna budućnost poslovanja poduzeća.

3.2.3. Etički kodeks

Etički kodeks je dokument koji sadrži pisane etičke izjave o profesionalnim dužnostima, vrijednostima i etičkim načelima u skladu s kojima zaposlenici određene struke ili organizacije trebaju postupati te donositi i provoditi poslovne odluke. Etički kodeks stoga izriče poslovnu etiku struke ili organizacije.

Učinkovit etički kodeks pokazuje koje vrijednosti zaposlenici trebaju pokazivati u svom radu, pridonosi sprečavanju moralno neispravnog i profesionalno neprihvatljivog ponašanja, kao što pomaže u rješavanju moralnih dilema jer se na njegove odredbe može pozvati svaki zaposlenik kada treba utvrditi na koji način bi trebao postupiti. Svaki je zaposlenik dužan prihvatiti etički kodeks i u skladu s njim postupati. Kako bi to mogao, dužnost je poslodavca upoznati zaposlenike s etičkim kodeksom prilikom zapošljavanja.

²⁰ Ibidem, str. 97

Uobičajeni dijelovi etičkog kodeksa organizacije su:

- **Izjava o viziji;** kratka i sadržajno jasna izjava o vrijednostima, ciljevima i temeljnim zadaćama organizacije ili struke
- **Deklaracija o vrijednostima;** sažet prikaz, najčešće popis, osnovnih etičkih vrijednosti i etičkih načela organizacije ili struke
- **Kodeks ponašanja;** dio koji određuje osnovna načela ispravnog poslovnog ponašanja, pri čemu pokazuje kako se vrijednosti prenose u konkretne odluke i djelovanja umjesto da donosi detaljan popis pravila ponašanja u svakoj mogućoj situaciji
- **Pravilnik o postupanju u slučaju kršenja kodeksa ponašanja;** dio u kojem se utvrđuje koje će tijelo i na koji način utvrditi povrede profesionalnih dužnosti te koje su moguće sankcije za takvo ponašanje.²¹

3.3. Profesionalni integritet

Načelo profesionalnog integriteta primarno se odnosi na dužnosti koje pojedinac ima prema samom sebi i svojem profesionalnom identitetu. Za nekoga kažemo da je osoba s profesionalnim integritetom kada svoj posao obavlja prema uvriježenim pravilima struke, kada izvršava svoje profesionalne dužnosti, kada u poslovnom okružju postupa prema etičkim načelima svoje struke te kada donosi i provodi profesionalne odluke u skladu s etičkim vrijednostima koje su posebno prihvaćene u njegovu zanimanju ili u organizaciji u kojoj radi. Svoj profesionalni integritet narušava, pa i gubi, pojedinac koji u poslovnom okruženju djeluje neprofesionalno, koji nedostatak svoje stručnosti ne ispravlja stručnim usavršavanjem i razvijanjem novih znanja i praktičnih vještina potrebnih za uspješno obavljanje posla, koji ne postupa u skladu sa svojim profesionalnim dužnostima i ne izvršava svoje poslovne zadatke, koji u profesionalnim odlukama ne odabire moralno ispravno postupanje, nego djeluje neetično, protivno etičkim načelima zanimanja, a pogotovo pojedinac koji u poslovnom okruženju ne djeluje legalno, nego protivno zakonskim propisima. Takva postupanja u poslovnom okruženju narušavaju ne samo profesionalni integritet pojedinca nego i povjerenje u cijelu struku te u organizaciju čije bi interese trebao zastupati, a ne ugrožavati.

²¹ Lukić, I.: *Etika 3 – pravcima života*, udžbenik etike u trećem razredu srednjih škola, Naklada Školska knjiga, 2022. str 114

Stoga, od iznimne je važnosti za svakog pojedinca imati jasnu sliku o svojem profesionalnom identitetu.

Također, načelo profesionalnog integriteta obvezuje radnike na priznanje pogreške i govorenje istine o propustima u radu i povredama profesionalnih dužnosti. Umjesto potrage za opravdanjima ili pokušaja prebacivanja odgovornosti na druge (radnike, poslodavca, okolnosti i slično) preuzimanje profesionalne odgovornosti za ono što je učinio ili propustio učiniti dužnost je svakog zaposlenika s profesionalnim integritetom.²²

Profesionalni integritet je nešto što bi svaki čovjek trebao imati, odnosno trebao bi raditi na svom osobnom profesionalnom integritetu za svoju dobrobit, ali i za dobrobit kolega te na kraju za dobrobit poslovanja.

²² Lukić, I.: *Etika 3 – pravcima života*, udžbenik etike u trećem razredu srednjih škola, Naklada Školska knjiga, 2022. str 122

4. Poduzetnička etika

U današnjem modernom društvu poduzeća dobivaju sve veću moć i ona neizostavno utječe na različita područja našeg društva. Time su poduzeća dužna preuzeti odgovornost za poštovanje vrijednosti, stvaranje bogatstva i prikladnost sredstava kojima se koriste za postizanje ciljeva. Ljudi danas cijene poduzetništvo ne samo u ekonomskom, pravnom, već i u etičkom smislu.

Velik je broj organizacija koje razvijaju novi posao s primarnim ciljem da zadovolje vlastite potrebe i ostvare profit. U poduzeću, socijalne norme poduzetnika, moral, inicijative društvene odgovornosti i norme ponašanja stvar su poslovne etike. Poslovna etika i kultura usko su povezani i duboko utječu na svako poslovno poduzeće. Stoga važnost etike nadilazi naša očekivanja.

4.1. Poduzetnička kultura

U svijetu postoje razno razne kulture različitih ljudi iz različitih zemalja. Kultura je nešto što nas razlikuje od drugih te nas čini posebnima na kulturološki način. Dugi niz ponavljajućih godina potreban je da se određeni događaji, životne smjernice, način života i slično smatraju kulturom. Stoga je kultura nešto što označava dugoročnost i nešto što nas dugoročno opisuje. Isto tako postoji i poduzetnička kultura koja je obavezna kako bi poduzeće stvorilo određenu, željenu i pozitivnu reputaciju prema kojoj će ih drugi sudionici na tržištu prepoznati i razlikovati od drugih poduzeća.

Poduzetnička kultura može se opisati kao okruženje u kojem je prisutna motivacija za inovativnost, stvaranje i preuzimanje rizika. U poduzeću, poduzetnička kultura znači da se zaposlenike potiče na kreativno razmišljanje o novim idejama ili proizvodima.

Karakteristike koje čine poduzetničku kulturu odnose se na zajedničke vrijednosti, vještine, osoblje, stil poduzeća, strategiji i strukturu poduzeća te sami sustav poduzeća.

Navedene karakteristike zahtijevaju rast i razvoj kroz izvrsnost i inovaciju, konstantno i kontinuirano učenje i težnja ka boljem, prihvaćanje novih ideja i brzu implementaciju noviteta,

stvaranje kratkoročnih i dugoročnih planova, mjerenje rizika i ostalo sve u svrhu uspješnog poslovanja te zadovoljstva zaposlenika, cijelog poduzeća i u konačnici korisnika ili kupaca.

Slika 1. Podrška poduzetnicima



Izvor: dostupno sa: <https://ec.europa.eu/programmes/erasmus-plus/project-result-content/0566697d-2625-48a9-b3ad-574fb75085ee/B5%20-%20Entrepreneurial%20Culture.pdf> (pristupljeno 02.05.2023.)

Za održivost poduzetničke kulture potrebno je konstantno poticati i podsjećati zaposlenike na kulturu poduzeća i njezine smjernice. Isto tako vrlo je bitno omogućiti istima poslovnu okolinu gdje će se osjećati slobodno i ugodno iznositi razne nove poslovne ideje te okolinu gdje će moći napredovati za svoju dobrobit, ali i za dobrobit poduzeća te na taj način održati i njegovati izabranu poduzetničku kulturu.

4.2. Važnost poduzetničke etike

Postavljanjem pravilne i adekvatne poduzetničke etike u poslovanju uvelike se pridonosi rastu i razvoju samih zaposlenika poduzeća, ali i cjelokupnog poslovanja. Stoga korporacije uspostavljaju poduzetničku etiku radi promicanja integriteta među svojim zaposlenicima i radi stjecanja povjerenja od ključnih dionika kao što su ulagači i potrošači.

Poduzetnička etika ključna je vještina. Gotovo svaka tvrtka ima program poslovne ili poduzetničke etike. Djelomično, iz razloga što su tehnologija i digitalna komunikacija olakšale prepoznavanje i objavljivanje etičkih pogrešaka. Kako bi se izbjegle negativne posljedice, poduzeća sve više resursa posvećuju poduzetničkoj etici. U jednom istraživanju računovođa, 55 posto ispitanika kazalo je kako vjeruje da će značaj poslovne etike nastaviti rasti u sljedeće tri godine. „Visok integritet i iskrenost“ druga je najvažnija vještina za poslovne čelnike, pokazuje nedavno istraživanje. Stoga, današnji poslovni stručnjaci moraju razumjeti vezu između poslovne etike i poslovnog uspjeha.²³

Poslovna etika potiče ponašanje zaposlenika. Prema globalnom istraživanju poslovne etike, zaposlenici će vjerojatnije primjenjivati etičko rasuđivanje kada njihova tvrtka jasno pokaže zašto je poslovna etika važna. Devedeset i devet posto američkih zaposlenika koji imaju snažnu etičku kulturu izjavilo je da su spremni rješavati etička pitanja. Tvrtke koje zagovaraju poslovnu etiku motiviraju svoje zaposlenike da svoje uloge obavljaju s integritetom. Prvi korak u izgradnji poduzetničke etike je stvaranje etičkog programa. Prema američkom Ministarstvu trgovine, cjelovit etički program trebao bi se dotaknuti svih poslovnih funkcija. To uključuje operativnu funkciju, ljudske resurse i marketing.

Poslovna etika koristi krajnjoj liniji. Još jedan razlog zašto je važna poslovna etika jest taj da može poboljšati profitabilnost. Poduzeća koja prakticiraju upitnu etiku mogu iskusiti pad cijena dionica te prekid poslovnih partnerstva što može utjecati na profitabilnost. Poslovna etika povezana je s vjernošću kupaca. U globalnom istraživanju, više od polovine američkih potrošača izjavilo je da više ne kupuju od poduzeća koja smatraju neetičnima. S druge strane, tri od deset potrošača izrazit će potporu etičkim poduzećima na društvenim mrežama. Poslovna etika kultivira povjerenje, što jača brendiranje i prodaju te pridonosi profitabilnosti.²⁴

Rezultati globalnih istraživanja ukazuju upravo na važnost i utjecaj poduzetničke etike na cjelokupno poslovanje poduzeća. Stoga, za uspješno poslovanje potrebna je i uspješno implementirana poduzetnička etika koja utječe samo pozitivno i donosi dobre poslovne rezultate.

²³ Dostupno sa: <https://www.redlands.edu/study/schools-and-centers/business/sbblog/2019/may-2019/3-reasons-why-business-ethics-important/#:~:text=Business%20ethics%20enhances%20the%20law,such%20as%20investors%20and%20consumers.> (pristupljeno 02.05.)

²⁴ Ibidem

4.3. Moralni i etički izazovi u poduzetništvu

Problemi i izazovi dio su svakidašnjeg života svakog pojedinca. U životu ćemo se uvijek sretati sa raznim izazovima i problemima koje moramo pokušati riješiti na najadekvatniji mogući način. Iako su problemi i izazovi koji nam se ponekad pojave na životnom putu vrlo nemili, potrebno ih je riješiti na pošten, pravedan, zakonit i etičan način. Osim u životima pojedinaca razno razni problemi i izazovi često se pojavljuju i u poduzetništvu. Na rješavanje izazova u poduzetništvu velik utjecaj imaju poduzetnička kultura, klima i poduzetnička etika.

Do sredine 20. stoljeća poslovanje je bilo područje koje se nije smatralo ni moralnim ni nemoralnim. Izostanak moralnoga i etičkog promišljanja u donošenju poslovnih odluka omogućio je strelovit uzlet međunarodnih korporacija. O razmjerima štete koja je nastala etički slijepim djelovanjem prema načelu profitabilnosti vjerno svjedoče negativne društvene posljedice neoliberalnog kapitalizma. Društveno neodgovorno poslovanje u 20. stoljeću učinilo je prijeko potrebnim uvođenje etičke dimenzije u poslovanje, a potkraj prošloga i početkom ovog stoljeća etika ulazi u organizacije, zanimanja, struke, radna mjesta. To znači da svijest o važnosti moralnoga i etičkog promišljanja odluka koje se donose u poslovnom okruženju polako postaje sastavnim dijelom načina na koji se upravlja poduzećima, obavljaju radni zadatci, rješavaju poslovni problemi i surađuje sa zajednicom u kojoj organizacija djeluje.²⁵

Najčešća moralna i etička pitanja te najčešći izazovi u poslovanju su:

1. Uznemiravanje i diskriminacija na radnom mjestu – uznemiravanje i diskriminacija vjerojatno su najveća etička pitanja koja danas utječu na vlasnike poduzeća. Ako se uznemiravanje ili diskriminacija dogode na radnom mjestu, rezultat bi mogao biti katastrofalan za organizaciju kako u financijskom tako i u reputacijskom smislu.

2. Zdravlje i sigurnost na radnom mjestu – zakonom je propisano da zaposlenici imaju pravo na sigurne radne uvjete.

²⁵ Lukić, I.: *Etika 3 – pravcima života*, udžbenik etike u trećem razredu srednjih škola, Naklada Školska knjiga, 2022. str 102

3. Zviždači i društvene mreže – raširenost društvenih medija dovela je do toga da zaposlenici dijele poslovne detalje javno i na društvenim mrežama, a tome se svaka poslovna politika protivi. Složeno je pitanje kažnjavanja ili otpuštanja zaposlenika koji objavljuju poslovne detalje online, ali linija se povlači u trenutku kada lojalnost prema poslodavcu od strane zaposlenika više ne postoji. Kažnjavanje radi online objava vezanih uz posao nije moguće, osim ukoliko online objava ne utječe direktno na samo poslovanje.

4. Etika u računovodstvenoj praksi – svaka organizacija mora se držati točnih knjigovodstvenih i računovodstvenih zakona i pravila. Nepoštivanje istih zabrinjavajuće je i na koncu kažnjivo.

5. Korporativna špijunaža – mnogi poslodavci izloženi su riziku da sadašnji i bivši zaposlenici krađu informacije, uključujući podatke o klijentima koje koriste organizacije u izravnom tržišnom natjecanju s tvrtkom, Kada je intelektualno vlasništvo ukradeno ili se informacije o klijentima nezakonito distribuiraju, to predstavlja korporativnu špijunažu.

6. Tehnologija i privatnost – razvoj tehnologije izazova zabrinutost u pogledu privatnosti i za klijente i za zaposlenike. Poslodavci sada imaju mogućnost praćenja aktivnosti zaposlenika na svojim računalima, ali i na drugim uređajima koje pruža tvrtka, a iako je svrha elektroničkog nadzora osigurati učinkovitost i produktivnost, često je opasno blizu narušavanja privatnosti.²⁶

Izbjegavanje etičkih problema u poslovanju uvijek započinje vrhovnim menadžmentom. Osiguravanje jasno pisanih politika i postupaka kojima se osigurava da se te politike priznaju i poštuju, može osigurati primjenu transparentnosti i etičkih poslovnih praksi.

Kako bi se učinkovito otkrila i, što je najvažnije, odvrtila etička pitanja sa površinskog sloja organizacije, potrebno je poduzeti određene i svakodnevne mjere. Prilikom donošenja odluka potrebna je obavezna komunikacija, komunikacija sa zaposlenicima te provođenje etičkog kodeksa. Organizacija mora biti svjesna zakona o diskriminaciji koji postoje u regiji u kojoj organizacija djeluje, isto tako organizacija mora biti informirana o pravilima koja utječu na njezino poslovanje te mora provjeravati da li je organizacija u skladu s tim pravilima. Potrebno je konstantno surađivanje sa računovodstvom, održavanje transparentnosti i iskrenosti u svojim

²⁶ Dostupno sa: <https://sprigghr.com/blog/hr-professionals/6-ethical-issues-in-business-and-what-to-do-about-them/> (pristupljeno 05.05.2023.)

financijskim izvještajima. Vrlo je bitno da menadžment poduzeća bude prisutan u poslovanju, pazeći da cijela organizacija, zaposlenici i cjelokupno poslovanje uvijek rade pravu i etičku stvar.

4.4. Utjecaj etike na međuljudske odnose

U svakom poduzeću bitan faktor uspjeha jesu sami zaposlenici. Kako bi zaposlenici bili zadovoljni te kako bi efikasno i efektivno odrađivali svoj posao moraju postojati i vrlo dobri ili dobri međuljudski odnosi. Za dobre međuljudske odnose potrebno je poštivati etiku i etički djelovati u poslovnom okruženju.

Etika u međuljudski odnosima proučava moralne principe, vrijednosti ili norme koje upravljaju ljudskim ponašanjem u radnom okruženju. Etička dilema često nastaje kada se zaposlenici suočavaju s odabirom između onoga što je ispravno i pogrešno ili između njihovih vlastitih interesa i interesa drugih. Zaposlenik može odlučiti ponašati se neetički kako bi ispunio i zadovoljio svoje osobne potrebe, ali na to bi mogao utjecati i suradnik ili menadžer. Mnogo je razloga zbog kojih bi netko mogao počinuti djelo koje bi se smatralo neetičnim. Neki ljudi svjesno čine čin koji bi se smatrao neetičnim jer su naučeni da je to dopušteno ili zato što vjeruju da koristi sebi više nego bilo kome drugome. Drugi možda neće shvatiti posljedice svojih postupaka sve dok ih ne počine i nakon toga počnu žaliti za učinjenim.

Etika u međuljudskim odnosima važna jer regulira ponašanje pojedinaca, skupina, organizacija i društva. Etika u međuljudskim odnosima ima i odrednice i posljedice. Etičke norme određuju posljedice koje se mogu dogoditi ako dođe do kršenja. Primjerice, kada se organizacija ne pridržava svojih moralnih normi, to bi moglo dovesti do financijske nestabilnosti ili čak stečaja organizacije. Zato je etika u međuljudskim odnosima važna jer oni upravljaju onime što se događa kada netko ili nešto krši tu normu.²⁷

Postoji potreba za etikom u međuljudskim odnosima iz dva razloga. Prvi razlog je da nas etika čini ljudima. Drugi je da će bez etike ljudi vjerojatno prekršiti prava drugih ljudi ili na neki

²⁷ Dostupno sa: <https://www.geeksforgeeks.org/determinants-and-consequences-of-ethics-in-human-relation/> (pristupljeno 25.05.2023.)

način iskoristiti, što stvara društvo u kojem postoji manje povjerenja među članovima društva. Determinante i posljedice etike u ljudskim odnosima složene su jer ovise o tome koliku moć ima jedna osoba nad drugom osobom. Etika pomaže u rješavanju pitanja u međuljudskim odnosima usmjeravanjem pravog načina za obavljanje zadataka i drugih djelovanja. Pomaže i u definiranju morala, vrijednosti i principa. Isto tako etika u međuljudskim odnosima omogućuje ljudima zadržavanje i održavanje zdravih međuljudskih odnosa, kako sa drugim ljudima tako i sa organizacijama u kojima rade.²⁸

Nepostojanje ili nepoštivanje etike u međuljudskim odnosima sa sobom donosi određene posljedice koje u konačnici mogu biti vrlo značajne za same međuljudske odnose ili za organizaciju u kojima ti ljudi rade. Bez etike u međuljudskim odnosima nije moguće stvoriti zdravo radno okruženje te rješavanje problema više nije toliko jednostavno, brzo i efikasno. Isto tako, za nepoštivanje etičkih normi ili pravila postoje određene sankcije koje se provode među organizacijom. Možemo zaključiti da je utjecaj etike u međuljudskim odnosima vrlo značajan i bitan. Bez etike, međuljudski odnosi bili bi vrlo komplicirani i nekvalitetni što dovodi do ozbiljnih posljedica.

4.5. Utjecaj etike na uspješnost poslovanja

Mnogo je čimbenika koji odlučuju kako će poduzeće poslovati, te kakva će biti uspješnost samog poslovanja. Zaposlenici, dobavljači, ulagači, kupci, svi oni imaju određen utjecaj na poslovanje poduzeća. No, menadžment poduzeća ima najveću ulogu u uspješnosti poslovanja, a to je postavljanje i osiguravanje adekvatne poslovne etike te usmjeravanje zaposlenika na pridržavanje iste, a to je moguće samo ako se i sam menadžment pridržava istog. Etika je danas vrlo važna u svakom segmentu života pojedinaca, pa tako i u poslovnom svijetu. Danas je većina svijeta etički osviještena te je za uspješnost poduzeća također vrlo bitna etika kojom će pridobiti kupce, njihovo povjerenje, a isto vrijedi i za ostale dionike poduzeća.

Uz osigurano etičko ponašanje izbjegavaju se i nepotrebni rizici u poslovanju stoga i povjerenje dionika raste te samim time etika utječe na uspješnost poslovanja. Isto tako, ukoliko postoje ulagači koji žele uložiti svoj novac u poduzeće, napraviti će to jer postoji povjerenje i saznanje

²⁸ Ibidem

da njihovo ulaganje nije rizično, odnosno da rizik nije značajan. Neovisno o tome ima li poduzeće strane ulagače, oslanja li se na financiranje rizičnim kapitalom ili ponovno ulaže vlastitu dobit, vođenje točnih financijskih izvještaja ključno je za dugoročni uspjeh. Objavljivanje netočnih financijskih izvještaja koji su rezultat neetičkog računovodstva može dovesti do problema koji u konačnici štete poslovanju poduzeća.²⁹

Etička poslovna praksa može pomoći tvrtkama da izbjegnu pravne probleme i negativne financijske rezultate koji nastaju nakon što se otkrije neetičko ponašanje. Tim se praksama poduzećima može pomoći da osiguraju dosljedan povrat ulaganja jer se i dalje usmjeravaju na učinkovito djelotvorno poslovanje bez ometanja loših medija i negativne javne percepcije, što šteti poduzećima.

Poboljšanje morala zaposlenika također uzrok je pridržavanja adekvatne poslovne etike. Zaposlenici radije rade u poduzećima u kojima će se prema njima odnositi dostojanstveno, pravedno i pošteno. Kada poduzeća uspostave visok standard etičkog poslovnog ponašanja, zaposlenici znaju da će se s njima dobro postupati. Zauzvrat, prema kupcima i prema poslovnim zadacima postupaju na isti način.

Poduzeća s visokom razinom zadovoljstva kupaca imaju tendenciju stvaranja većeg stupnja lojalnosti kupaca, ponavljanja poslovanja i većeg udjela na tržištu dugoročno. Klijenti odbijaju poslovati s poduzećima zbog kojih su sumnjičavi ili uplašeni. Poduzeća koja doprinose svojoj zajednici, održavaju dobre odnose s vladinim tijelima i drugim poduzećima dugoročno su uspješnija.³⁰

Poduzeća sa snažnim etičkim identitetom imaju tendenciju zadržavanja većeg stupnja zadovoljstva dionika, što pozitivno utječe na financijske rezultate poduzeća. Dionici, uključujući kupce, zaposlenike, prodavače i dobavljače te ulagače. S druge strane, nedostatak osobne i profesionalne etike može dovesti do negativnih financijskih rezultata. Rizični krediti i sumnjive poslovne prakse stavljaju mnoge bankarske i osiguravateljske tvrtke u nesigurnu

²⁹ Dostupno sa: <https://smallbusiness.chron.com/ethics-affect-financial-results-company-51280.html>
(pristupljeno 25.05.2023.)

³⁰ Ibidem

poziciju. Osiguravanje etičkog ponašanja u poduzeću može samo pridonijeti poboljšanju ekonomskih rezultata.

5. Društvena odgovornost suvremenog poduzeća

Postojanje određenih poduzeća svodi se na samo jednu stavku, a to jest stvaranje profita. S jedinstvenim ciljem stvaranja profita poduzeće može opstati, ali u većini slučajeva to bi značilo da neodgovorno posluje, ne poštuje etički kodeks i etička načela u poslovanju te za stvaranje profita ne bira sredstva. Danas veću prednost i veću šansu za opstankom na tržištu imaju suvremena poduzeća koja su društveno odgovorna. Ona maksimiziraju pozitivni utjecaj na svoju okolinu, a samim time i minimiziraju negativne učinke poduzeća na dionike, okolinu i gospodarstvo.

5.1. Načela društveno odgovornog poslovanja

Postoje raznorazna načela kojima se današnja poduzeća vode kako bi ostvarili što bolje poslovne rezultate te kako bi dugoročno uspješno poslovali. Današnje društvo i sama okolina poduzeća postaje sve osvještenije i vrlo je bitno da društvo odnosno okolina poduzeća također bude zadovoljna utjecajem poduzeća na okolinu i društvo. Kako bi poslovanje poduzeća bilo društveno odgovorno, poduzeće mora pratiti načela održivog razvoja. Što bi značilo da poslovanje mora pozitivno utjecati na društvo i okoliš, odnosno, poslovanje se mora razvijati, ali mora misliti i na buduće generacije te im ne smije štetiti.

Društveno odgovorno poduzeće je ono koje zasniva svoje poslovanje na načelima održivog razvoja. To su načela ekološke održivosti, sociokulturne održivosti, ekonomske održivosti i tehnološke održivosti. Ekološka održivost podrazumijeva razvoj kompatibilan s očuvanjem i održavanjem ekoloških procesa, biološke raznolikosti i bioloških resursa. Kompatibilan razvoj s očuvanjem kulture i sustava vrijednosti ljudi na koje taj razvoj utječe te trajno održanje i isticanje identiteta lokalne zajednice jamči načelo sociokulturne održivosti. Načelo ekonomske održivosti pak osigurava razvoj ekonomski efikasan i upravljanje resursima na način da će se njima moći koristiti i budući naraštaji. Posljednje, načelo tehnološke održivosti zahtjeva razvoj i primjenu tehnologije na način da se u proizvodnji koristi tehnologija koja uz ekonomske učinke ima i elemente kojima se štiti okoliš. Ugroženi ekosustav najveći je problem današnjice.

U globalizacijsko doba, društvu otvorenom za promjene i poboljšanja, ekologija predstavlja uvjet opstanka raznih djelatnosti daljnjeg razvoja ekonomija. Poslovanja poduzeća dovode do raznih zagađivanja, prekomjernog iskorištavanja resursa i kao takva negativno djeluju na ekosustav. Nastaju ekološke štete koje nameću potrebu izrade i implementacije ekoloških standarda. Društveno odgovorno poduzeće posluje na način, dakle, da sprječava zagađenje okoliša i poštuje načela održivog razvoja kao jedinog mogućeg izbora poslovanja.³¹

Društveno-odgovorno poduzeće nastoji uspostaviti ravnotežu interesa poduzeća s jedne strane te interesa društva s druge strane vodeći se temeljnim etičkim principima te poduzimajući samo one poslovne aktivnosti koje će zaštititi i poboljšati društvo izlazeći tako iz okvira prostog služenja samo direktnim ekonomskim interesima koji u svojoj konačnici za zadatak imaju ostvariti samo jedan cilj, a to je ostvariti profit pod svaku cijenu. Društveno odgovorno poslovanje predstavlja koncept koji u svojoj osnovi integrira brigu poduzeća za okoliš i društvo, stoga i sve poslovne aktivnosti trebaju biti poduzete u interakciji sa svim zainteresiranim stranama, kako bi se minimizirale eventualne nepovoljne posljedice odluka menadžmenta ili utjecaji donošenja krive poslovne odluke s negativnim učinkom na pojedince, poduzeće i društvo u cjelini.³²

Načela društveno odgovornog poslovanja nisu ništa drugo već načela održivog razvoja. Održivi razvoj nastoji dugoročno razvijati određene segmente u poslovanju s ciljem očuvanja okoliša, smanjenja zagađenja i onečišćenja što ujedno nosi i pozitivan utjecaj ne samo na okoliš već i na društvo. Današnje društvo ima veliku ulogu u usmjeravanju poslovanja poduzeća, jer bez zadovoljnog društva nema uspješnog poduzeća. Iznimno je važno u suvremenim poduzećima pridržavati se načela održivog razvoja, odnosno, načela društveno odgovornog poslovanja ukoliko je cilj dugoročan, to jest, ukoliko poduzeće cilja na dugoročan razvoj i dugoročan uspjeh poslovanja i poduzeća.

³¹ Ivaniš, M.: *Poslovna etika I duhovnost u procesu korporativnog upravljanja*, Naklada Kvarner, Rijeka, 2015. str. 123

³² Ibidem

5.2. Etično i legalno poslovanje

Etika je skup standarda koji reguliraju ponašanje osobe, posebice pripadnika struke. Dok etička uvjerenja drže pojedinci, ona se mogu odraziti i na vrijednosti, prakse i politike koje oblikuju izbore donositelja odluka u ime njihovih organizacija. Struke i organizacije redovito uspostavljaju etički kodeks koji služi kao vodič ponašanja članova struke ili organizacije.

Pravno ponašanje slijedi diktirane zakone koje sudovi određuju, zapisuju i tumače. U odlučivanju je utvrđivanje zakonitosti postupaka olakšano postojanjem zakona, propisa i kodeksa. Za razliku od etičkih aspekata, propisane su kazne za ponašanje na način koji je u suprotnosti sa zakonom. Međutim, kako se društvo razvija, mijenja se i ono što čini pravno ponašanje. Stoga, iako bi trebali biti, nisu svi zakoni etički kao što niti sve etičke odluke nisu legalne.

Gigantske korporacije s tisućama dioničara koji na njima zarađuju i sa stotinama manjih kompanija unutar svoje grupacije raširile su se po cijelom svijetu. Njihova je moć najviše obilježila globalnu ekonomiju druge polovice 20. stoljeća. Nekontroliranu međunarodnu moć korporacija ne možemo opisati drugačije negoli kao nemoralnu.

Korporacijsku logiku obilježava moralna ravnodušnost, a čini se da ona proizlazi iz same svrhe postojanja korporacije, ali i mnogo manjih poduzetničkih pothvata – obrta, trgovačkih društava i svih drugih poslovnih organizacija koje postoje kako bi stvarale profit. Njihova je svrha u profitabilnosti – stvaranju nove vrijednosti, viška prihoda, novog kapitala, povrata od investicije u pokretanje posla. Za pretpostaviti je da nijedan poduzetnik ne pokreće posao samo kako bi vratio ono što je uložio, nego kako bi svoj ulog barem udvostručio, utrostručio, učetverostručio...i tako dalje. Poslovne organizacije djeluju na tržištu prema načelu maksimizacije profita – kontinuiranog povećanja prihoda od poslovanja. Djelovanje prema tom načelu traži od svih dionika poslovne organizacije da u svakidašnjem postupanju odluke donose i provode prema jednostavnom kriteriju – ispravno je ono što donosi najveću zaradu. To dovodi do pitanja, ima li u poslovnom svijetu uopće mjesta za etičnost? Jesu li profitabilnost i etičnost dvije nespojive krajnosti?

Negativne posljedice svjetske ekonomije na suvremeno društvo i pojava novih globalnih ekonomskih kriza u 21. stoljeću dovele su do slabljenja moći korporacija. Suočene s izazovima suvremenog tržišta i promjenama u kulturi potrošača, korporacije su se našle pred zahtjevom da preispitaju svoj utjecaj na društvo i prilagode svoje poslovanje.

Pod utjecajem globalizacije, kojoj i duguju uspjeh, međunarodne korporacije suočile su se sa sve većim brojem tehnološki natprosječno pismenih i etički osviještenih potrošača koji kupuju pametno i troše odgovorno, a stature na društvenim mrežama objavljuju i dijele po cijelom virtualnom prostoru mnogo brže negoli korporacije uspijevaju zataškati afere i skandale s povredama prava radnika, ekološkim katastrofama, utajama poreza, neispravnim proizvodima, zaraženim mesom. Internet je izložio poslovanje procjeni javnosti pa svaki nepopularan potez nosi rizik golemoga pada prodaje, i to ne samo korporacijama nego svima na tržištu.

Moć ujedinjenja koju su potrošačima kao pojedincima na različitim stranama svijeta dali Internet i društvene mreže značio je novu preraspodjelu moći. Prava potrošača važan su korak naprijed, u smjeru uravnoteženja moći između potrošača i korporacija. Najveća je snaga međutim upravo u društvenom aktivizmu, javnom djelovanju pojedinaca i okupljanju u inicijative s ciljem zaštite svojih prava kao potrošača, kao građana, kao stanovnika planeta.

Potrošači 21. stoljeća postavili su pred korporacije druge poslovne subjekte zahtjev da svoj privatni interes podrede ili barem usklade s javnim interesom, općim dobrom – koristima i prednostima za zajednicu kao cjelinu, a ne više samo s osobni, interesima pojedinaca ili skupina. Obaviješteni i upućeni pojedinci koji oblikuju opće mišljenje (javno mišljenje) sve su brojniji, pred čime više nijedno poduzeće ne može zatvarati oči. Zastupajući opće dobro, javnost predstavlja zahtjev za transparentnošću svim organizacijama – poslovnim, političkim, državnim. Transparentnost je otvoreno, sažeto i razumljivo prikazivanje informacija, otvorenost o odlukama i aktivnostima koje utječu na društvo, gospodarstvo i okoliš te želja da ta komunikacija bude jasna, točna, pravodobna, poštena i cjelovita. Transparentnost podrazumijeva otvorenost poduzeća i njegovu spremnost za prihvaćanje javnog uvida i nadzora poslovanja, čime se sužava njegova mogućnost za aktivno ili pasivno sudjelovanje u prijevari ili zavaravanju. Zahtjev za transparentnošću za poslovne organizacije značio je obvezu usklađivanja profitabilnosti, etičnosti i legalnosti poslovanja. No, osim legalno i transparentno, poslovanje suvremenog poduzeća treba biti i društveno odgovorno. Poslovna vizija koja u svoje

temeljene vrijednosti uključuje društvenu odgovornost ne teži samo profitu vlasnika, kao prvom i temeljnom cilju poslovanja, nego dugoročnom ostvarivanju vrijednosti.

Kratkoročno ostvarivanje vrijednosti jest poslovanje po načelu maksimizacije profita u što kraćem roku. Takvo poslovanje ne ostavlja vremena ni priliku za razmišljanje o moralu, društvu, dugoročnim posljedicama. Ono je predmetom nastavnog dijela prošlosti čovječanstva i mjesto mu je u dovršenom 20. stoljeću. Poslovanje današnjice je moralno poslovanje – financijski uspješno, odgovorno prema društvu, skrbno spram okoliša. Takvo poslovanje prepoznaje da dugoročno ostvarivanje vrijednosti omogućuje i dugoročnu ekonomsku vrijednost (profit), no pritom omogućuje i ostvarenje drugih vrijednosti – društvenih, etičkih, zakonskih.³³

Etičko poslovanje pokazuje poštovanje prema zaposlenicima vrednovanjem mišljenja i postupanje prema svakom zaposleniku podjednako. Poslovanje pokazuje poštovanje prema svojim klijentima slušajući povratne informacije i procjenjujući potrebe. Etičko poduzeće poštuje svoje dobavljače, plaća na vrijeme i koristi poštene kupovne i poslovne prakse. Isto tako legalno poslovanje poštuje zakone te posluje prema propisanim zakonima kako bi izbjeglo moguće posljedice i kazne koje mogu dovesti do ozbiljnih dugoročnih posljedica za samo poduzeće.

5.3. Socijalno poduzetništvo

Poduzetništvo usmjereno prema održivosti i prema društvu naziva se i socijalno poduzetništvo. Sklono je promjenama za bolju budućnost društva i okoliša uz stvaranje profita, no stvaranje profita nije cilj na prvom mjestu. Socijalno poduzetništvo primjenjuje načela i smjernice koje osnivači novi poduzeća i poduzetnici primjenjuju na poduzeće koje izravno stvara društvene promjene ili utječe na društveni cilj. Socijalni poduzetnik prvenstveno je motiviran željom za ublažavanje neke vrste sistemskog društvenog ili kulturnog problema.

³³ Lukić, I.: *Etika 3 – pravcima života*, udžbenik etike u trećem razredu srednjih škola, Naklada Školska knjiga, 2022. str 129-130

Uvođenjem društvene odgovornosti u viziju i strategiju poslovanja i velikih korporacija i malih poduzeća s tek nekoliko zaposlenih predstavlja velik odmak od neodrživog koncepta kratkoročne maksimizacije profita koji je obilježio ekonomiju 20. stoljeća. Profitna poduzeća koja posluju društveno odgovorno sve su brojnija, a može ih se podržati odabirom njihovih proizvoda i usluga. Društvena odgovornost na suvremenom tržištu zaživjela je u još jednom konceptu koji nosi ime socijalno ili društveno poduzetništvo. U središtu tog načina poslovanja ponovno je društvena odgovornost prema modelu trostruke bilance – ljudi, planet, dobit. I kod socijalnog poduzetništva stoga je riječ o poslovanju koje je odgovorno prema društvu, skrbno spram okoliša i financijski uspješno. Poslovanju po modelu društveno odgovornog poduzetništva i po modelu socijalnog poduzetništva zajedničko je i to što se oba modela razlikuju od klasičnih profitno usmjerenih poduzeća time što svoju uspješnost ne mjere samo putem dobiti koju su ostvarila nego i stupnjem stvarnih pozitivnih promjena u društvu i okolišu koje su proizvela. Kada bi se pogledao njihov godišnji izvještaj o poslovanju, ondje se ne bi nalazili samo podaci o prihodima i troškovima nego i brojke koje dokazuju rezultate u konkretnim promjenama za društvo i okoliš.³⁴

Poduzeća koja posluju po načelima društveno odgovornog poslovanja glavni cilj i dalje imaju u ostvarivanju dobiti, samo što ju stvaraju društveno i okolišno prijateljskim poslovanjem. Kod društvenih odnosno socijalnih poduzeća dobit služi postizanju društvenih i okolišnih ciljeva, a poslovne aktivnosti društvenog poduzeća u pravilu su usmjerene upravo na rješavanje problema u društvu i okolišu.³⁵

Socijalno poduzetništvo novi je inovativni poslovni pothvat koji utječe na promjene. Socijalni poduzetnik ima specifičan cilj do kojeg mu je stalo i razvija poslovni model oko postizanja pozitivnog učinka. Glavni cilj je stvaranje trajnih društvenih promjena kroz poslovanje. Socijalni poduzetnik zainteresiran je pokrenuti posao za veće socijalno dobro, a ne samo za ostvarivanje dobiti. Socijalni poduzetnici mogu nastojati proizvoditi ekološki prihvatljive proizvode, služiti pothranjenoj zajednici ili se usredotočiti na filantropske aktivnosti. Kvalitete koje čine uspješno socijalno poduzetništvo jesu duboka empatija, inovacija, sistemski pogled, održiv pristup i prihvaćanje promjena.

³⁴ Ibidem, str. 133

³⁵ Ibidem, str. 134

5.4. Poticanje etičkog i društveno odgovornog poslovanja u RH

Etičke i društveno odgovorne tvrtke njeguju pozitivnu prepoznatljivost marke, povećavaju vjernost kupaca i privlače vrhunske zaposlenike. Ti su elementi među ključevima za postizanje veće profitabilnosti i dugoročnog financijskog uspjeha. Poslovna etika poboljšava zakon iznoseći prihvatljiva ponašanja izvan kontrole vlade. Korporacije uspostavljaju poslovnu etiku radi promicanja integriteta među svojim zaposlenicima i stjecanja povjerenja od ključnih dionika, kao što su ulagači i potrošači.

Prvi relevantan trenutak u razvoju društveno odgovornog poslovanja u Hrvatskoj vjerojatno je osnutak Hrvatskog poslovnog savjeta za održivi razvoj (HR PSOR), koji je na temelju potpisanog memoranduma o razumijevanju sa Svjetskim poslovnim savjetom za održivi razvoj (WBCSD) osnovan 1997. godine. Organizaciju je osnovalo 18 hrvatskih poduzeća koja su se ovim činom obvezala primjenjivati i promicati održivu praksu u svojem poslovanju s ciljem zaštite okoliša i postizanja održivog razvoja Republike Hrvatske.

Započinjanjem procesa europskih integracija, 2001. godine i potpisivanjem Sporazuma o stabilizaciji i pridruživanju, kad je Hrvatska dobila status zemlje kandidatkinje u lipnju 2004., počinje jačanje interesa za prakse kakve promiče i europski politički i tržišno-ekonomski model. Značajan događaj zbio se krajem 2004. godine kada je održana Prva nacionalna konferencija o DOP-u Agenda 2005. Konferencija je okupila više od 120 istraživača i poduzetnika te je omogućila formuliranje zajedničkih prioriteta za razvijanje DOP-a u Hrvatskoj. Prvotna se praksa društvene odgovornosti u poslovanju u Hrvatskoj uglavnom oslanja na praksu u području zaštite okoliša (ponajprije među industrijskim proizvođačima). U drugoj se fazi interes poduzeća proširio na ljudske resurse i brigu o lokalnoj zajednici. Važan je poticaj primjeni DOP-a izvozna orijentacija koja pojačano vrši pritisak na uvođenje standarda za upravljanje pojedinim sustavima. Drugi važan dionik u razvoju hrvatskog društveno odgovornog poslovanja je zasigurno Zajednica za DOP Hrvatske gospodarske komore koja je započela s radom 2006. godine. Ciljevi Zajednice su podizanje znanja i svijesti o društveno odgovornom poslovanju u svim sektorima društva, promicanje kodeksa poslovne etike unutar

poslovnih subjekata te organizacija sustavne edukacije i savjetovanja u svrhu unaprjeđenja i razmjene dobre prakse iz Hrvatske, EU i svijeta.³⁶

O društveno odgovornom poslovanju govorimo kada neka tvrtka, iznad strogo zakonom propisanih obaveza, integrira brigu za okoliš i društvo u sustav donošenja odluka. Time dobri poslovni rezultati prestaju biti jednim mjerilom za vrednovanje uspješnosti tvrtke. Može se reći da je uspješna ona tvrtka koja ujednačeno vodi računa o svom ekonomskom, društvenom i okolišnom utjecaju, a DOP predstavlja poslovni model i način upravljanja u kojem se profit ostvaruje na društveno odgovoran način. U cilj transparentne provedbe projekta, Upravni odbor projekta Indeks DOP-a donio je Uputu o provedbi projekta Indeks DOP-a. Indeks DOP-a je metodologija za ocjenjivanje odgovornih praksi u poslovanju hrvatskih tvrtki. Nastala je po uzoru na slične svjetske metodologije, a u prvom redu na Business in the Community CR Index. Indeks DOP-a je ujedno i nagrada koju jednom godišnje u kategoriji malih, srednjih, velikih i javnih tvrtki zajednički dodjeljuju HGK i HR PSOR. Metodologija definira niz kriterija za ocjenjivanje u sedam osnovnih područja:

- ekonomska održivost
- uključenost društveno odgovornog poslovanja u poslovnu strategiju
- radna okolina
- zaštita okoliša
- tržišni odnosi
- odnosi sa zajednicom
- odgovorne politike raznolikosti i zaštite ljudskih prava.³⁷

Iako nisu sva poduzeća u Republici Hrvatskoj orijentirana ka etičkom i društveno odgovornom poslovanju, sve je više poduzetnika koji shvaćaju veličinu primjene etike i društveno odgovornog poslovanja u svojim poduzećima. Hrvatska je mala zemlja te je ipak većina poduzetnika orijentirana samo na stvaranje profita. Kako bi se etičko i društveno odgovorno poslovanje razvilo i u Hrvatskoj potrebno je konstantno poticati poduzetnika što propisanim zakonima o očuvanju okoliša i održivosti što raznim edukacijama gdje će moći uvidjeti koliko je važna etika, ali i društveno odgovorno poslovanje za sami uspjeh poduzeća. Mnogi poduzetnici u Hrvatskoj ne shvaćaju da uspjeh ne znači samo stvaranje profita već i

³⁶ Dostupno sa: <https://www.filantropija.hr/dop/dop-u-hrvatskoj> (preuzeto 25.06.2023.)

³⁷ Dostupno sa: <https://dop.hgk.hr/> (pristupljeno 25.06.2023.)

zadovoljstvo dionika poduzeća kao što su zaposlenici, kupci, dobavljači i drugi. Upravo su dionici poduzeća ti koji će odlučiti o uspješnosti samog poduzeća. Bitno je održavati kvalitetu i njegovati poslovnu etiku, propisani etički kodeks, propisane zakone te je jedino tako moguće održati pozitivnu reputaciju poduzeća. Zadovoljno društvo i njegovan okoliš te na kraju profit znače uspješno etičko i društveno odgovorno poslovanje.

6. Metodologija i rezultati empirijskog istraživanja

U svrhu pisanja rada provedeno je potrebno empirijsko istraživanje u obliku anketnog upitnika.³⁸ Metodologija i rezultati empirijskog istraživanja sastoje se od dvije cjeline od kojih prva cjelina sadrži osam manjih cjelina gdje se opisuju metodologija istraživanja, vrsta istraživanja, vrste podataka, istraživačka pitanja i vrste podataka, područje istraživanja, uzorak i prikupljanje podatka, instrument mjerenja, metode statističke analize te valjanost i pouzdanost istraživanja.

6.1. Metodologija istraživanja

Cjelina Metodologija istraživanja diplomskog rada predstavlja analitički dio diplomskog rada, a sastoji se od sljedećih dijelova: 1) Vrsta istraživanja, 2) Vrste podataka, 3) Istraživačka pitanja i ciljevi istraživanja 4) Područje istraživanja, 5) Uzorak i prikupljanje podataka, 6) Instrument mjerenja, 7) Metode statističke analize, te 8) Valjanost i pouzdanost istraživanja.

6.1.1. Vrsta istraživanja

Diplomski rad ima karakter teorijskoga i empirijskoga istraživanja. Teorijsko istraživanje se odnosi na konceptualni dio rada u kojem se istražuje teorija usko vezana uz tematiku diplomskog rada dok istraživanje stavova pojedinaca o važnosti etike u poslovanju ima karakter empirijskog istraživanja. Empirijsko istraživanje provedeno je u obliku anketnog upitnika. Prema tematici rada sastavljena je anketa te je provedena. Prikupljeni odgovori analizirani su te zaključeni.

6.1.2. Vrste podataka

Podaci koji su se koristili za potrebu izrade diplomskog rada su podaci prikupljeni iz primarnih i sekundarnih izvora. Primarni podaci za ostvarenje empirijskog istraživanja prikupljeni su u svrhu objašnjenja problema istraživanja. Primarni podaci prikupljeni su metodom ispitivanja odnosno izrađen je anketni upitnik koji je ispitanicima dostavljen putem interneta odnosno

³⁸ Anketni upitnik djelomično je preuzet od autorice rada *Etika u poduzetništvu* (Ivančir Monika), dostupno na <https://zir.nsk.hr/islandora/object/unin:1813/preview>

putem društvenih platformi. Sekundarni podaci istražuju i prikazuju dosadašnja istraživanja na temu etike i poduzetništva. Podaci su prikupljeni iz raznih stručnih i znanstvenih radova domaćih autora, ali i svjetskih autora iz područja poduzetničke etike.

6.1.3. Istraživačka pitanja i ciljevi istraživanja

U empirijskom istraživanju svrha je bila utvrditi stavove pojedinaca o etici na njihovim radnim mjestima te samim time utvrditi stupanj zadovoljstva primjene etike od strane poslodavaca. Isto tako cilj je bio utvrditi važnost etike u poslovanju te kako pojedinci gledaju na etiku u poduzetništvu. Uz navedeno cilj istraživanja bio je i utvrditi dob ispitanika te stupanj obrazovanja kao i radni status.

Istraživačka pitanja sastavljena u anketnom upitniku za potrebe empirijskog istraživanja formulirana su na način da odgovore na sljedeća pitanja:

1. Koji je stupanj zadovoljstva pojedinaca etikom u poduzetništvu?
2. Čini li novac ljude neetičnima i kvari li novac ljude?
3. Koliko je važna etika u poduzetništvu?
4. Krše li poduzetnici svoja moralna načela i stavove da bi lakše došli do cilja?
5. Je li ostvarivanje profita najbitniji faktor u poslovanju?
6. Tjera li želja za profitom poduzetnike da pregaze svoja moralna načela i stavove?

6.1.4. Područje istraživanja

Istraživanje u svrhu izrade diplomskog rada provedeno je na ispitanicima na području grada Zagreba te su u istraživanje uključene razne djelatnosti i područja poslovanja kao i ispitanici raznih dobnih skupina, razina obrazovanja i radnog statusa.

6.1.5. Uzorak i prikupljanje podataka

Empirijskim istraživanjem provedeno metodom ispitivanja odnosno anketnim upitnikom prikupljeno je 100 anketa odnosno ispitano je 100 ispitanika. Anketni upitnik sastojao se od ukupno 16 pitanja. Pitanja istražuju demografske osobine ispitanika te se ostatak upitnika fokusira na ispitivanje stavova o etici, profitu, moralnim vrijednostima i poduzetništvu. Prikupljanje podataka provodilo se elektroničkim oblikom odnosno anketni upitnik dostavljen

je ispitanicima putem društvenih platformi. Nasumičnim odabirom izabrano je ukupno 100 ispitanika na kojima se provelo istraživanje stoga su ispitanici različitih dobnih skupina, raznih razina obrazovanja i radnog statusa.

6.1.6. Instrument mjerenja

Primarni podaci potrebni za pisanje diplomskog rada prikupljeni su anketnim upitnikom. Anketni upitnik sastojao se od ukupno 16 pitanja među kojima se nalaze i tri pitanja demografske prirode dok je ostali trinaest pitanja usko vezano uz tematiku diplomskog rada, odnosno uz etiku u poduzetništvu. Anketni upitnik sadrži pitanja zatvorenog tipa na koje se može odgovoriti samo sa DA ili NE, muško ili žensko i slično te također sadrži pitanja za koje je ponuđena Likertova ljestvica s ocjenama od 1 do 5, pri čemu je ocjena 1 značila – potpuno nevažno, 2 – nevažno, 3 – niti važno niti nevažno, 4 – važno, 5 – iznimno važno. Isto tako pojavljuju se i pitanja sa ponuđenim raznim odgovorima ali i sa dodatnom opcijom gdje ispitanici mogu upisati vlastiti odgovor koji se ne nalazi među ponuđenima. Prikupljeni podaci su analizirani, izmjereni i u konačnici je doveden zaključak na temelju dobivenih rezultata.

6.1.7. Metode statističke analize

Prikupljeni podaci potrebni za izradu diplomskog rada obrađeni su putem Google Forms-a te su analizirani metodom deskriptivne statističke analize. Deskriptivnom statističkom analizom opisani su prikupljeni uzorci poput stavova pojedinaca o važnosti etike u poslovanju te općenito stavovi pojedinaca o tematici rada, odnosno etici i poduzetništvu. Prikupljeni uzorci prikazani su u postocima i grafovima koji u konačnici prikazuju dobiveni rezultat istraživanja.

6.1.8. Valjanost i pouzdanost istraživanja

Vjerodostojnost i pouzdanost važan su i obvezan temelj svakog oblika istraživanja. Istraživanje provedeno za potrebe izrade ovog diplomskog rada temelji se upravo na vjerodostojnosti prikupljenih podataka.

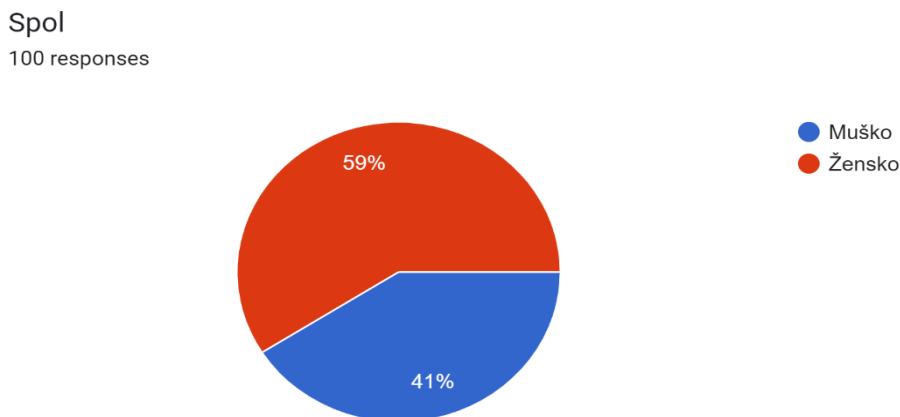
Valjanost istraživanja označava isto što i točnost odnosno preciznost istraživanja i mjerenja. Za potrebe istraživanja sastavljen je anketni upitnik koji se temelji na raznim člancima gdje se propitkuje sama etika u poslovnom svijetu, stoga je mjerni instrument odnosno anketni upitnik sadržajno ispravan.

Dosljednost mjerenja označava i pouzdanost mjerenja. U anketnom upitniku pitanja su formulirana na način da daju vrlo kratke i jasno definirane odgovore prema kojima se može donijeti jasan i potpun zaključak.

6.2. Rezultati istraživanja

U svrhu pisanja rada provedeno je istraživanje metodom ispitivanja odnosno anketnim upitnikom. Anketni upitnik sastojao se od pitanja usko vezanih za tematiku rada to jest uz etiku i poduzetničku etiku. Ispitano je 100 ispitanika, odnosno istraživanjem je dobiveno 100 ispunjenih anketa na kojem se temelje zaključci nakon dobivenih rezultata. Pitanja su postavljena na način da odgovaraju hipotezama na kojima se temelji cijeli rad. Pitanja daju odgovore kao što su stupanj važnosti etike u poslovanju, važnosti profita u poduzeću te krše li se etička načela u poduzećima radi ostvarivanja ciljeva i profita. Dobiveni rezultati obrađeni su u programu Google Forms-u gdje je i formirana sama anketa.

Grafikon 1. Spol ispitanika



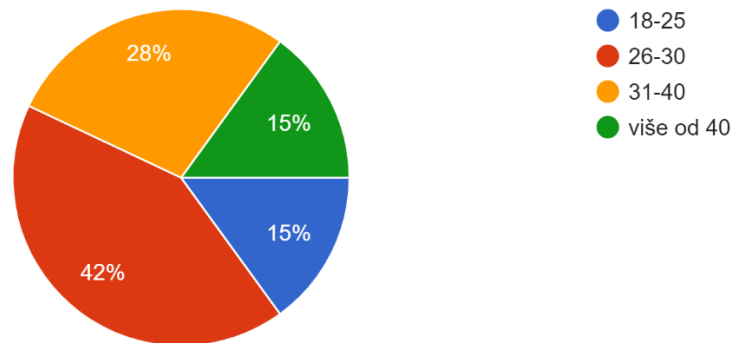
Izvor: izradila autorica

Od ukupno 100 ispitanika, 59% ispitanika je ženskog spola dok je 41% muškog spola stoga većinu ispitanika čini ženska populacija.

Grafikon 2. Dob ispitanika

Dob

100 responses



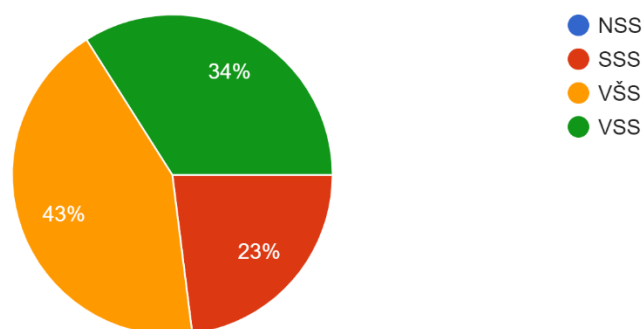
Izvor: izradila autorica

Dob ispitanika poprilično se razlikuje stoga je najveći postotak ispitanika dobi između 26 i 30 godina što čini postotak od 42%, ispitanici dobi između 31 i 40 godina čine 28%, a ispitanici dobi između 18 i 25 godina te ispitanici stariji od 40 godina čine postotke od 15%.

Grafikon 3. Stručna sprema ispitanika

Stručna sprema

100 responses

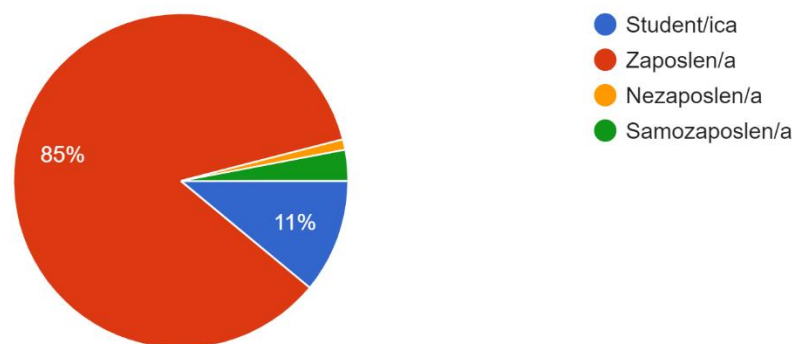


Izvor: izradila autorica

Stručna sprema ispitanika također je različita. Najveći postotak od 43% nose ispitanici koji imaju stečenu višu stručnu spremu dok ispitanici sa visokom stručnom spremom nose postotak od 34% te srednja stručna sprema 23%.

Grafikon 4. Radni status ispitanika

Radni status
100 responses



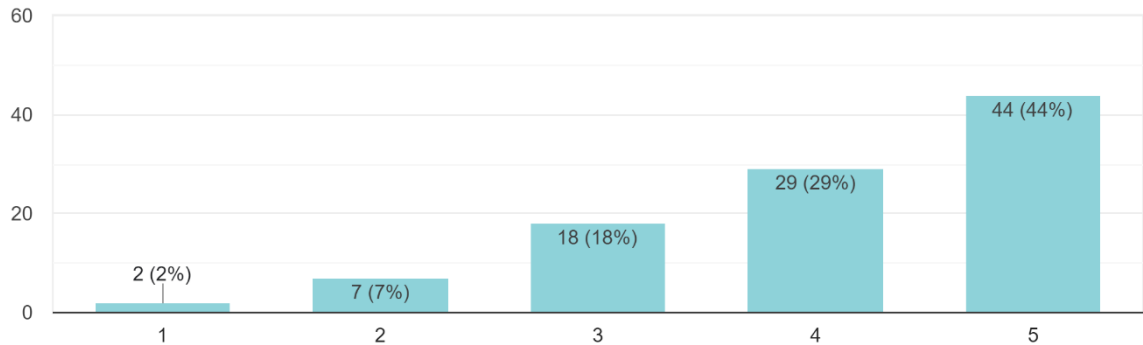
Izvor: izradila autorica

Anketni upitnik bio je namijenjen većini zaposlenih ispitanika kako bi se prikupili što aktualniji odgovori o etici u poslovanju, stoga zaposleni ispitanici nose čak 85% dok su ostatak studenti od 11% i mali postotak nose samozaposleni.

Grafikon 5. Zadovoljstvo korisnika odnosom nadređenih prema njima

Ukoliko ste zaposleni, jeste li zadovoljni odnosom Vaših nadređenih prema Vama?

100 responses



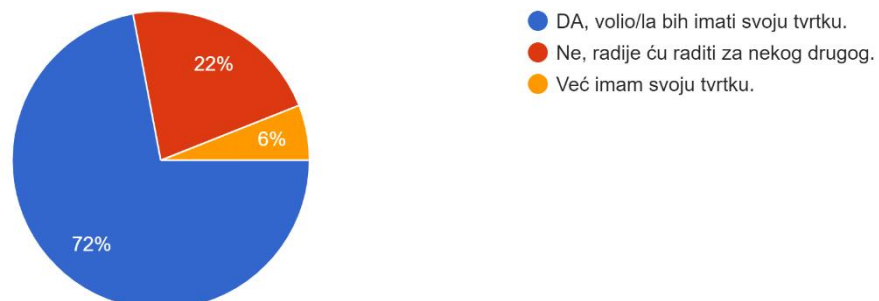
Izvor: izradila autorica

Na pitanje da li su zadovoljni odnosom nadređenih prema njima, većina ispitanika je odgovorila da su vrlo zadovoljni sa postotkom od 44%, 29% je samo zadovoljno, 18% ispitanika nije niti zadovoljno niti nezadovoljno, 7% ispitanika izrazilo je nezadovoljstvo odnosom svojih nadređenih prema njima, a 2% nije uopće zadovoljno.

Grafikon 6. Razmišljate li u budućnosti pokrenuti vlastiti posao?

Razmišljate li u budućnosti pokrenuti vlastiti posao?

100 responses



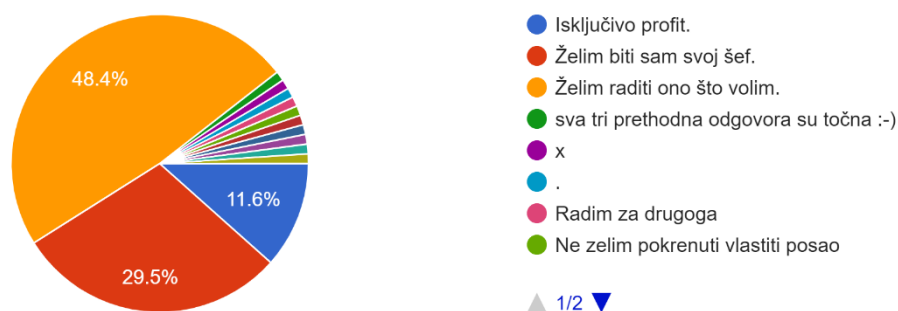
Izvor: izradila autorica

Na pitanje razmišljaju li u budućnosti pokrenuti vlastiti posao, većina ispitanika odgovorilo je pozitivno i to u postotku od 72%, dok je njih 22% ispitanika odgovorilo da će radije raditi za nekog drugog, te 6% ispitanika već ima svoju vlastiti posao.

Grafikon 7. Koji je Vaš glavni razlog za pokretanje vlastitog poduzeća?

Ukoliko je Vaš odgovor na prethodno pitanje pozitivan, koji bi bio Vaš glavni razlog za pokretanje vlastitog poduzeća?

95 responses



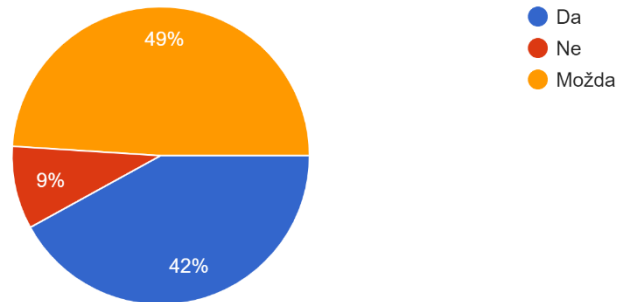
Izvor: izradila autorica

Na pitanje koji bi bio glavni razlog za pokretanje vlastitog poduzeća, većina ispitanika odgovorilo je da žele raditi ono što vole, a čini ih 48,4%. Ispitanici koji žele biti sami svoji šefovi čine 29,5%, a 11,6% njih želi pokrenuti vlastiti posao isključivo radi profita.

Grafikon 8. Kvari li novac ljude?

Mislite li da novac kvari ljude?

100 responses



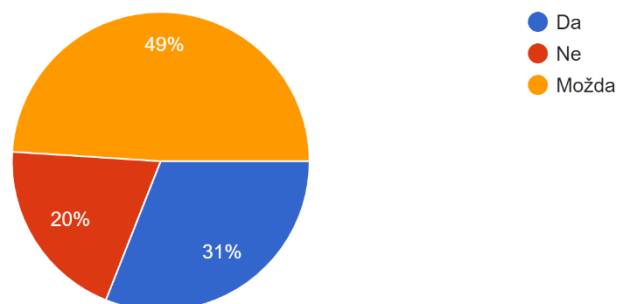
Izvor: izradila autorica

Na pitanje misle li da novac kvari ljude, mišljenja su poprilično podijeljena. Njih 49% odgovorilo je možda, 42% ispitanika misli da novac kvari ljude, a 9% ispitanika smatra da novac ne kvari ljude.

Grafikon 9. Što je osoba bogatija, to je njezino ponašanje više neetično?

Mislite li da što je osoba bogatija njezino ponašanje je više neetično?

100 responses



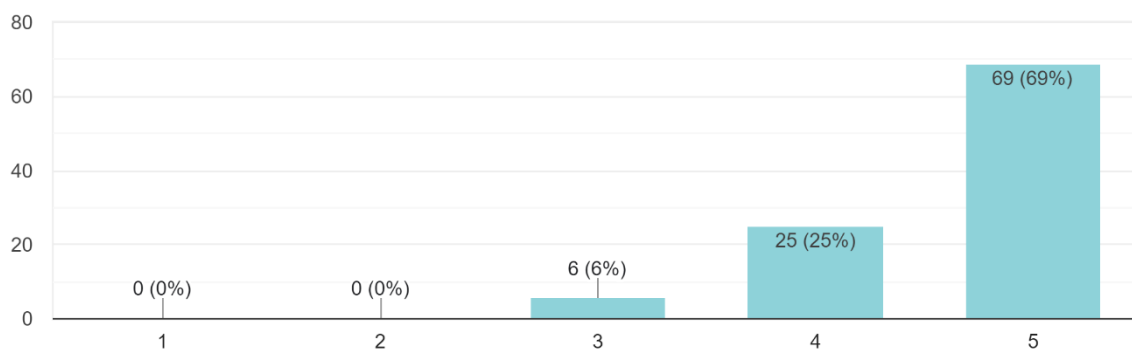
Izvor: izradila autorica

Na pitanje misle li da što je osoba bogatija njezino ponašanje je više neetično, 49% ispitanika smatra da je to možda, 31% ispitanika dalo je pozitivan odgovor, a 20% ispitanika odgovara negativnim odgovorom.

Grafikon 10. Koliko je važna etika u poslovanju?

Koliko je po Vašem mišljenju važna etika u poslovanju?

100 responses



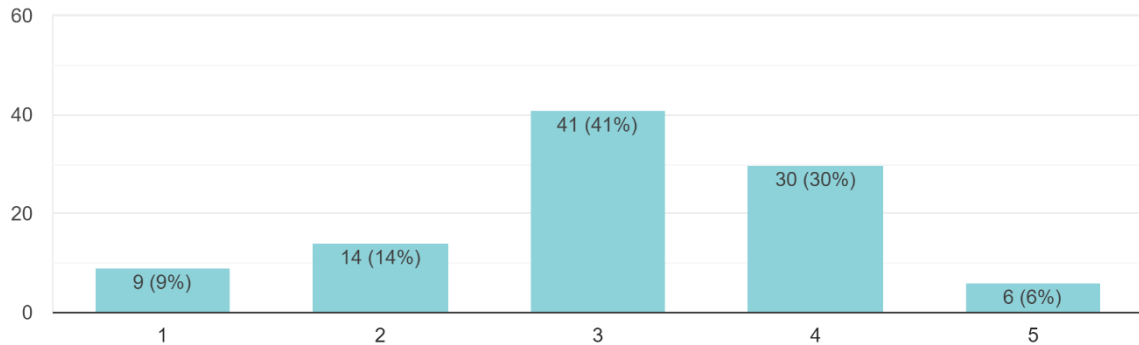
Izvor: izradila autorica

Koliko je važna etika u poslovanju, 69% ispitanika smatra da je etika u poslovanju izrazito važna, 25% smatra da je važna, a 6% ispitanika smatra da nije važna, ali nije ni nevažna.

Grafikon 11. Je li u poslovanju jedino važan profit?

Mislite li da je u poslovanju jedino važan finansijski rezultat, odnosno profit?

100 responses



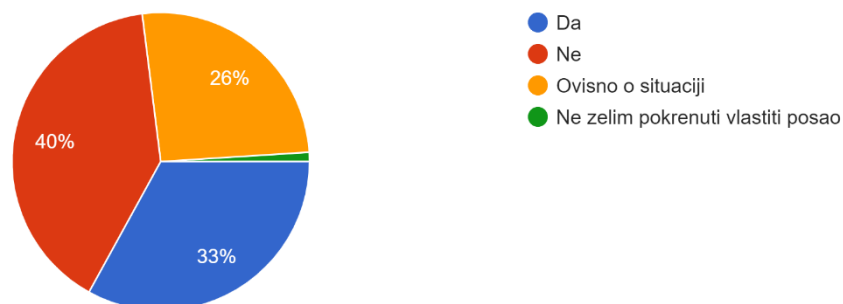
Izvor: izradila autorica

5% ispitanika smatra da je profit jedini važan u poslovanju, njih 30% slaže se sa pitanjem, većina ispitanika koji čine 41% niti se slažu s pitanjem niti se ne slažu. 9% ispitanika uopće se ne slaže s time da je profit jedini važan u poslovanju.

Grafikon 12. Postoje li u poslovnom svijetu pravila u kojima se ne trebaju poštivati osnovne moralne vrijednosti?

Mislite li da poslovni svijet ima svoja pravila u kojima se ne trebaju poštovati osnovne moralne vrijednosti?

100 responses

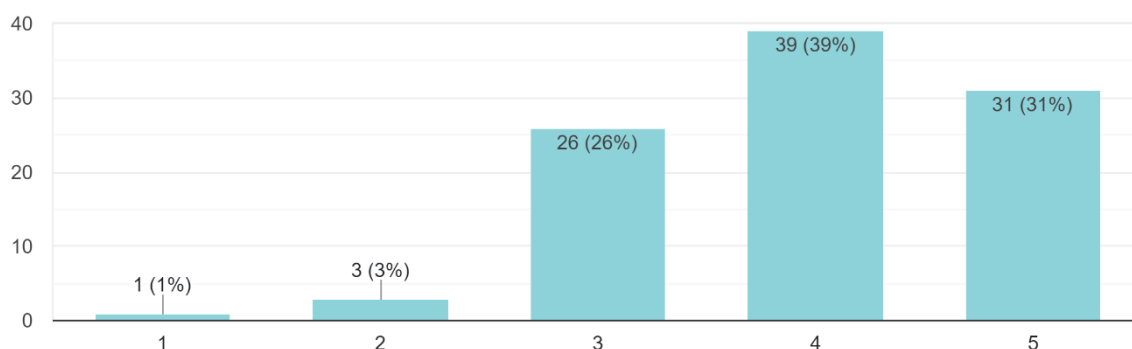


Izvor: izradila autorica

Misle li ispitanici da poslovni svijet ima svoja pravila u kojima se ne trebaju poštivati osnovne moralne vrijednosti? Većina ispitanika koji čine 40% smatraju da ne postoje navedena pravila, njih 33% odgovaraju pozitivno, a 26% ispitanika smatra da navedena pravila ovise o situaciji u kojoj se nalaze.

Grafikon 13. Jesu li ljudi u poslovnom svijetu spremni učiniti bilo što kako bi ostvarili vlastite interese?

Mislite li da su ljudi u poslovanju spremni učiniti bilo što kako bi ostvarili vlastite interese?
100 responses



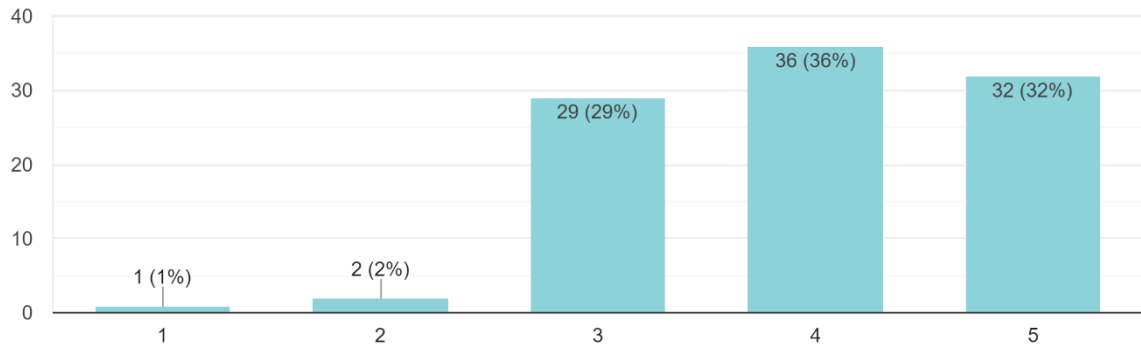
Izvor: izradila autorica

39% ispitanika slažu se s mišljenjem da su ljudi u poslovanju spremni učiniti bilo što kako bi ostvarili vlastite interese, 31% ispitanika se u potpunosti slaže sa mišljenjem, dok se 26% ispitanika niti slaže niti ne slaže s postavljenim mišljenjem.

Grafikon 14. Jesu li poduzetnici skloni nemoralnim poslovnim praksama zbog težeg probitka na tržištu?

Mislite li da su poduzetnici danas zbog sve veće konkurencije i težeg probitka na tržištu skloni nemoralnim poslovnim praksama?

100 responses



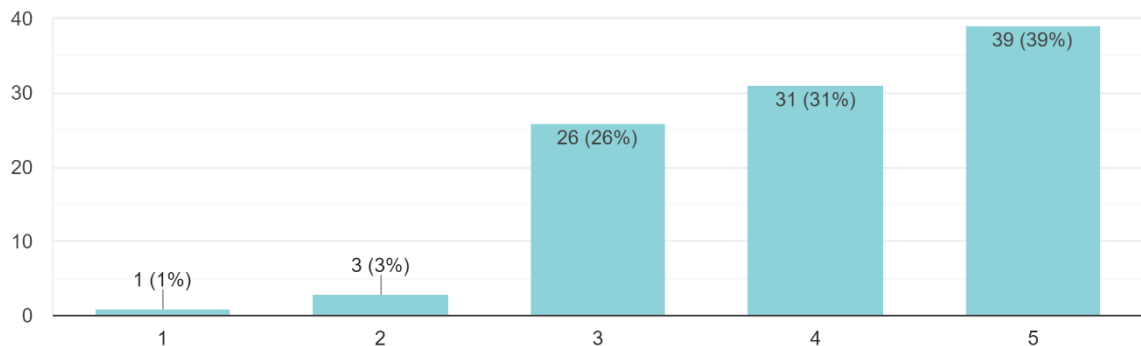
Izvor: izradila autorica

Mišljenje da su poduzetnici skloni nemoralnim praksama radi probitka na tržištu podijelilo je mišljenja ispitanika. 36% ispitanika slaže se s mišljenjem, 32% se u potpunosti slaže, a 29% ispitanika se niti slaže niti ne slaže s mišljenjem.

Grafikon 15. Tjera li želja za profitom poduzetnike da prekrše svoja moralna uvjerenja?

Mislite li da želja za profitom često tjera poduzetnike da prekrše svoja moralna uvjerenja?

100 responses



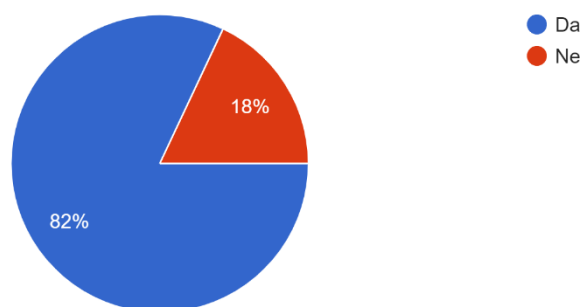
Izvor: izradila autorica

Da li želja za profitom često tjera poduzetnike da prekrše svoja moralna uvjerenja, pitanje je koje također podijelilo mišljenje ispitanika. 39% ispitanika se u potpunosti slaže, 31% ispitanika se slaže, a 26% se niti slaže niti ne slaže s mišljenjem.

Grafikon 16. Jeste li Vi ikada učinili nešto manje etično samo zato jer je tako bilo lakše doći do cilja?

Jeste li Vi ikada učinili nešto manje etično samo zbog toga što je tako bilo lakše doći do cilja? (npr. varanje na ispitu, posao preko veze i sl.)

100 responses



Izvor: izradila autorica

Na pitanje da li ste Vi učinili nešto manje etično samo zbog toga što je tako bilo lakše doći do cilja, 18% ispitanika odgovorilo je da nije, a čak 82% ispitanika odgovorilo je pozitivno što ukazuje na to da ćemo se mi kao društvo teško odviknuti od neetičkih djelovanja jer nam ona pružaju lakši put do našeg cilja.

Zaključak

Današnje društvo prepuno je pojedinaca koji ciljaju samo na jednu stvar, a to je novac. Mnogi pojedinci, kako bi došli do novca, pokreću vlastite poslove. Odlična stvar za poboljšanje i razvoj gospodarstva. Zbog prevelike želje za profitom poduzetnici zaboravljaju na vrlo bitnu stvar koja, ako se adekvatno primijeni na poslovanje, može pomoći u ostvarivanju ciljeva i u uspjehu poduzeća, no ukoliko se ne primijeni na poslovanje, može dovesti do vrlo ozbiljnih posljedica za poduzeće. Ta bitna stvar je etika. Iako je današnji svijet okrutan i ponekad se zapitamo vrijedi li biti dobar, pošten i pravedan kada iz dana u dan možemo vidjeti bezbroj neetičkih primjera u svakodnevnim djelovanjima drugih ljudi oko nas. Vrijedi i vrijedit će. Društvo je unatrag nekoliko godina sve više etički osviješteno, iako još nedovoljno, ali dovoljno da osudi neetičko ponašanje drugih ljudi ili neetičko poslovanje poduzeća i poduzetnika.

Neetičko poslovanje i neetičko djelovanje radi ostvarivanja ciljeva kratkoročno pruža uspjeh i stvaranje profita poduzećima koji se odluče za takav neetičan put. Većina poduzeća odabire upravo neetičan put ka ostvarivanju ciljeva upravo zato što ih neetično djelovanje može brže odvesti ka cilju, odnosno profitu. No, većina poduzeća smatra da je time riješen problem, ali zapravo do pravog problema tek može doći. U današnje vrijeme kada je tehnologija toliko napredna i kada imamo društvene mreže koje koristi većina populacije potrebno je biti vrlo pažljiv u odabiru stvaranja profita. Upravo je društvo to koje prosuđuje i do određene mjere odlučuje u budućnosti poslovanja poduzeća. Ukoliko društvo nije zadovoljno poslovanjem određenog poduzeća, postoji velika šansa da će svoje negativno iskustvo ili negativno mišljenje podijeliti na društvenim mrežama. Jedna loša ili negativna recenzija može dovesti do pada uspješnosti poslovanja poduzeća. Stoga je vrlo bitno za sva poduzeća da odrede adekvatne etičke kodekse i etička pravila prema kojima će poslovati i kojih će se pridržavati za dobrobit poduzeća. Isto tako za uspješnost poslovanja potrebno je da poduzeće bude društveno odgovorno. Poduzeće mora poslovati na način da ne šteti društvu, ali ni okolini. Sve je veći postotak onečišćenja i zagađivanja u svijetu radi velikih tvornica koji ispuštaju raznovrsne plinove ili u okoliš bacaju enormne količine otpada.

Rezultati dobiveni istraživanjem u svrhu pisanja diplomskog rada jasno ukazuju da je društvu vrlo važna etika u poslovanju, također istraživanje pokazuje da je većina zadovoljna odnosom

nadređenih prema njima na radnom mjestu. Možemo zaključiti da je primjena etike u poslovanju što se tiče međuljudskih odnosa zadovoljavajuća, ali svakako ima prostora za poboljšanje i jačanje etike u međuljudskim odnosima. Rezultati također ukazuju na činjenicu da iako je društvo zadovoljno primjenom etike na njihovom radnom mjestu, društvo svejedno želi pokretati vlastiti posao radi stvaranja profita, zato što žele biti sami svoji šefovi ili žele raditi ono što vole. Možemo zaključiti da iako su izrazili zadovoljstvo primjene etike na njihovim radnim mjestima, postoji doza nezadovoljstva zbog koje bi radije pokrenuli vlastiti posao. Istraživanje pokazuje da je društvo mišljenja da poduzetnici često krše moralna i etička pravila kako bi lakše došli do cilja, probili se na tržištu ili ostvarili što veći profit. Također većina ispitanika u istraživanju kazalo je kako su i oni djelovali neetično u ostvarenju vlastitih ciljeva. Poduzetnička etika je vrlo je važna kako bi poslovanje bilo društveno odgovorno, kako bi društvo bilo zadovoljno a okoliš čist i lijep. Neetično djelovanje u poslovanju kratkoročna je sreća koja ne može dugo potrajati. Bitno je da se sva poduzeća, njihovi menadžeri i zaposlenici pridržavaju etičkih kodeksa i etičkih pravila te da posluju etički jer jedino tako mogu ostvariti dugoročan uspjeh poduzeća, ostvarenje kontinuiranog dugoročnog profita, ali i zadovoljstvo društva koji će se uvijek vratiti i potrošiti svoj novac ondje gdje etika pobjeđuje neetičko djelovanje.

Literatura

Knjige

1. Bebek, B., Kolumbić, A.: *Poslovna etika*, Naklada Sinergija, Zagreb, 2000.
2. Ivaniš, M.: *Društveno poduzetništvo*, Naklada Opatija: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu u Opatiji Sveučilišta u Rijeci, 2015.
3. Ivaniš, M.: *Poslovna etika I duhovnost u procesu korporativnog upravljanja*, Naklada Kvarner, Rijeka, 2015.
4. Jakopec, P.: *Etika 4 – Etika ili o dobru*, udžbenik etike u četvrtom razredu srednje škole, Naklada Školska knjiga d.d., Zagreb, 2014.
5. Krkač, K.: *Uvod u poslovnu etiku i korporacijsku društvenu odgovornost*, Naklada Mate d.o.o., Zagreb, 2007.
6. Lukić, I, Katinić, M, Zec, M.: *Etika I- Novu putevi*, udžbenik etike u prvom razredu srednjih škola, Naklada Školska knjiga d.d., Zagreb, 2022.
7. Lukić, I, Zec, M, Paštar, Z.: *Etika 2 – Tragovima čovjeka*, udžbenik etike u drugom razredu srednjih škola, Naklada Školska knjiga d.d., Zagreb, 2022.
8. Lukić, I.: *Etika 3 – Pravcima života*, udžbenik etike u trećem razredu srednjih škola, Naklada Školska knjiga d.d., Zagreb, 2022.
9. Lukić, I.: *Etika 4 – Koracima Budućnosti*, udžbenik etike u četvrtom razredu srednjih škola, Naklada Školska knjiga d.d., Zagreb, 2022.
10. Vujić, V., Ivaniš, M., Bojić, B.: *Poslovna etika i multikultura*, Naklada Opatija: Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Opatija; Zagreb: Hrvatsko udruženje menadžera i poduzetnika – CROMA; Sarajevo: Vanjskotrgovinska Komora BiH, 2012.

Znanstveni članci

1. <https://ec.europa.eu/programmes/erasmus-plus/project-result-content/0566697d-2625-48a9-b3ad-574fb75085ee/B5%20-%20Entrepreneurial%20Culture.pdf> (13.04.2023.)
2. <https://www.redlands.edu/study/schools-and-centers/business/sbblog/2019/may-2019/3-reasons-why-business-ethics-important/#:~:text=Business%20ethics%20enhances%20the%20law,such%20as%20investors%20and%20consumers.> (02.05.2023.)

3. <https://www.stmarys-ca.edu/academic-affairs/faculty-governance/institutional-review-board/basic-ethical-principles> (25.04.2023.)
4. <https://zir.nsk.hr/islandora/object/unin:1813/preview> (01.03.2023.)

Internet izvori

1. http://www.efos.unios.hr/poduzetnicke-strategije/wp-content/uploads/sites/231/2018/02/PS_P6_Etika-i-drustvena-odgovornost_2018.pdf (26.04.2023.)
2. <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=18496> (07.04.2023.)
3. <https://dop.hgk.hr/> (25.06.2023.)
4. <https://smallbusiness.chron.com/ethics-affect-financial-results-company-51280.html> (25.05.2023.)
5. <https://sprigghr.com/blog/hr-professionals/6-ethical-issues-in-business-and-what-to-do-about-them/> (05.05.2023.)
6. <https://www.al-edu.com/wp-content/uploads/download-manager-files/The%20Evolution%20of%20Business%20Ethics%20Studies.pdf> (26.04.2023.)
7. <https://www.filantropija.hr/dop/dop-u-hrvatskoj> (25.06.2023.)
8. <https://www.geeksforgeeks.org/determinants-and-consequences-of-ethics-in-human-relation/> (25.05.2023.)
9. <https://www.kas.de/de/statische-inhalte-detail/-/content/what-is-the-global-ethic-#:~:text=The%20term%20GLOBAL%20ETHIC%20refers,or%2C%20the%20ethic%20of%20humanity> (25.04.2023.)
10. <https://www.redlands.edu/study/schools-and-centers/business/sbblog/2019/may-2019/3-reasons-why-business-ethics-important/#:~:text=Business%20ethics%20enhances%20the%20law,such%20as%20investors%20and%20consumers.> (02.05.2023.)
11. <https://www.scu.edu/mobi/resources--tools/blog-posts/ethics-in-life-and-business/ethics-in-life-and-business.html#:~:text=Ethics%20is%20what%20guides%20us,us%20away%20from%20unjust%20outcomes> (25.04.2023.)
12. [ODRŽANA 14. KONFERENCIJA O ODRŽIVOM RAZVOJU I 15. DODJELA NAGRADA HRIO • Društveno odgovorno poslovanje u Hrvatskoj - Dop.hr](#) (27.06.2023.)

Popis slika, shema i grafikona

Slike

Slika 1. Podrška poduzetnicima.....	22
-------------------------------------	----

Sheme

Shema 1.Osnovna podjela etike.....	7
------------------------------------	---

Grafikoni

Grafikon 1. Spol ispitanika	42
Grafikon 2. Dob ispitanika.....	43
Grafikon 3. Stručna sprema ispitanika.....	43
Grafikon 4. Radni status ispitanika	44
Grafikon 5. Zadovoljstvo korisnika odnosom nadređenih prema njima.....	45
Grafikon 6. Razmišljate li u budućnosti pokrenuti vlastiti posao?	45
Grafikon 7. Koji je Vaš glavni razlog za pokretanje vlastitog poduzeća?	46
Grafikon 8. Kvari li novac ljude?	47
Grafikon 9. Što je osoba bogatija, to je njezino ponašanje više neetično?	47
Grafikon 10. Koliko je važna etika u poslovanju?.....	48
Grafikon 11. Je li u poslovanju jedino važan profit?	49
Grafikon 12. Postoje li u poslovnom svijetu pravila u kojima se ne trebaju poštivati osnovne moralne vrijednosti?	49
Grafikon 13. Jesu li ljudi u poslovnom svijetu spremni učiniti bilo što kako bi ostvarili vlastite interese?	50
Grafikon 14. Jesu li poduzetnici skloni nemoralnim poslovnim praksama zbog težeg probitka na tržištu?	51
Grafikon 15. Tjera li želja za profitom poduzetnike da prekrše svoja moralna uvjerenja?	51
Grafikon 16. Jeste li Vi ikada učinili nešto manje etično samo zato jer je tako bilo lakše doći do cilja?	52

Prilog: Anketa

Poduzetnička etika

Anketa je izrađena u svrhu izrade diplomskog rada na temu "Poduzetnička etika".
Prikupljeni podaci koristiti će se isključivo u svrhu pisanja diplomskog rada. Anketa je u potpunosti anonimna.

* Indicates required question

Osnovne informacije

Spol *

Muško

Žensko

Dob *

18-25

26-30

31-40

više od 40

Stručna sprema *

- NSS
- SSS
- VŠS
- VSS

Radni status *

- Student/ica
- Zaposlen/a
- Nezaposlen/a
- Samozaposlen/a
- Other: _____

Ukoliko ste zaposleni, jeste li zadovoljni odnosom Vaših nadređenih prema Vama?

	1	2	3	4	5	
Uopće nisam zadovoljan/zadovoljna	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	U potpunosti sam zadovoljan/zadovoljna

Ukoliko je Vaš odgovor na prethodno pitanje pozitivan, koji bi bio Vaš glavni razlog za pokretanje vlastitog poduzeća?

- Isključivo profit.
- Želim biti sam svoj šef.
- Želim raditi ono što volim.
- Other: _____

Što Vi mislite?

Mislite li da novac kvari ljude? *

- Da
- Ne
- Možda

Mislite li da što je osoba bogatija njezino ponašanje je više neetično? *

- Da
- Ne
- Možda

Koliko je po Vašem mišljenju važna etika u poslovanju? *

1 2 3 4 5

Uopće nije važna Izrazito je važna

Mislite li da je u poslovanju jedino važan financijski rezultat, odnosno profit? *

1 2 3 4 5

Uopće se ne slažem U potpunosti se slažem

Mislite li da poslovni svijet ima svoja pravila u kojima se ne trebaju poštovati osnovne moralne vrijednosti? *

Da

Ne

Ovisno o situaciji

Other: _____

Mislite li da su ljudi u poslovanju spremni učiniti bilo što kako bi ostvarili vlastite interese? *

1 2 3 4 5

Uopće se ne slažem U potpunosti se slažem

Mislite li da su poduzetnici danas zbog sve veće konkurencije i težeg probitka na tržištu skloni nemoralnim poslovnim praksama? *

1 2 3 4 5

Uopće se ne slažem

U potpunosti se slažem

Mislite li da želja za profitom često tjera poduzetnike da prekrše svoja moralna uvjerenja? *

1 2 3 4 5

Uopće se ne slažem

U potpunosti se slažem

Jeste li Vi ikada učinili nešto manje etično samo zbog toga što je tako bilo lakše doći do cilja? (npr. varanje na ispitu, posao preko veze i sl.) *

Da

Ne