

Temat: Etyka biznesu.

Etyka biznesu to relacje pomiędzy przedsiębiorstwem a jego partnerami handlowymi, pracownikami oraz konkurencją. Relacje te muszą być zgodne z obowiązującym prawem oraz przyjętymi regułami postępowania. Przedsiębiorstwa dążąc do maksymalizacji zysku, podejmują niejednokrotnie kontrowersyjne decyzje, które sprzeczne są z normami współżycia społecznego. W kontekście podejmowanej tematyki właściwe wydaje się przywołanie definicji etyki jako nauki o prawach i obowiązkach ludzi, o prawach moralnych stosowanych przez ludzi w podejmowaniu decyzji i o istocie stosunków między ludźmi. Etyka jest konsekwentnie odnoszona do biznesu i oznacza systematyczne studium kwestii moralnych występujących w biznesie i innych tego, jak traktowany jest wymiar etyczny w badaniach naukowych, medycynie czy innych zawodach zaufania publicznego.

Doświadczeni specjaliści z zakresu etyki biznesu zwracają uwagę na to, że zaangażowanie się zespołu pracowników w kwestie etyki firmy i kultury pracy powinno być pochodną udziału pracowników w projektowaniu programu etycznego korporacji. Istotne są tu umiejętności kierownictwa tworzenia systemu etyki organizacji. Programy etyczne firm pełnią funkcję wewnętrzną i zewnętrzną. Funkcja wewnętrzna polega na wskazaniu wszystkim pracownikom etycznego wymiaru funkcjonowania firmy. Okazuje się bowiem, że indywidualne wartości i zasady uczciwego postępowania nie są wystarczające dla pełnienia ról zawodowych w firmie. Wysoki i wciąż rosnący stopień złożoności współczesnego świata biznesu powoduje, że etyczne postępowanie jest nie tylko kwestią wrażliwości moralnej, ale także wiedzy.

Funkcja zewnętrzna programów etycznych polega na podtrzymywaniu dobrego imienia firmy, jej pozytywnego publicznego wizerunku. Dobra reputacja stanowi jedno z aktywów i choć może być mierzona w kategoriach ekonomicznych nie można jej kupić ani sprzedać, można ją jedynie zdobyć postępując etycznie. Powiada się, że dobra reputacja może być silnym atutem, może wzmocnić skuteczność reklamy produktów czy usług danej firmy, ale nie da się stworzyć dobrej reputacji za pomocą reklamy.

Programy etyczne mają na celu przeciwdziałanie stratom firmy, na które składają się nadszarpnięta reputacja, utrata zaufania, utrata konkurencyjności i demoralizacja personelu. Korupcja i oszustwo w świecie biznesu stanowią obecnie większe zagrożenie niż

kiedykolwiek. Uważa się, że są groźniejsze dla firm niż konkurencja lub inne niesprzyjające czynniki zewnętrzne, ponieważ są wewnętrznymi wrogami firmy, są jak rak, który może zniszczyć cały jej dorobek. Prawo chroni do pewnego stopnia przed korupcją i nadużyciami w biznesie, ale nie wystarcza. Konieczne są pewne autonomiczne standardy postępowania w firmach. Standardy te określają obowiązki firmy wykraczające daleko poza obowiązki wynikające z prawa; nakaz przestrzegania prawa jest jednym ze standardów etycznych, ale nie jedynym.

Programy etyczne wprowadzają przede wszystkim takie firmy, które są zainteresowane długoterminowym zyskiem, traktują swoją reputację jako jedno z aktywów, są zdecydowane zapobiegać wewnętrznym kradzieżom, korupcji, oszustwom i innym nadużyciom, traktują kulturę firmy jako ważną część dobrego zarządzania oraz chcą być wartościowym składnikiem społeczeństwa.

Zadanie:

Napisz notatkę.