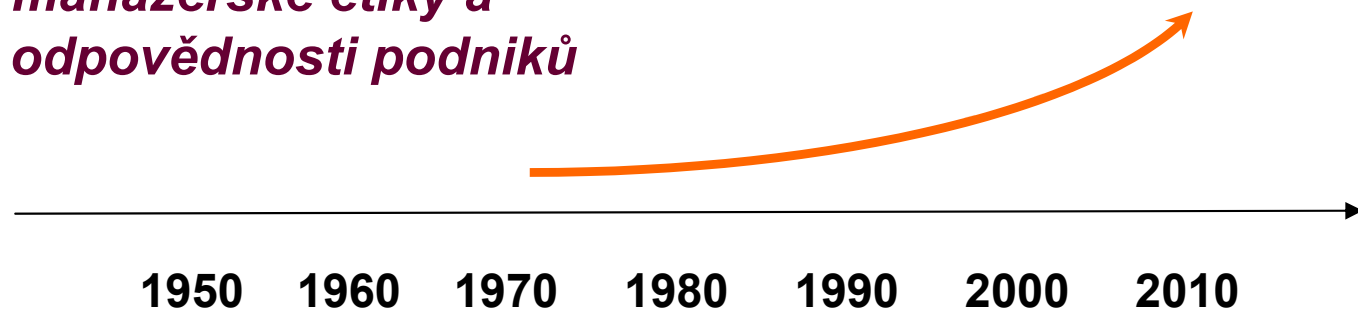


Téma 6: MANAŽERSKÁ ETIKA

Téma 6.1: Manažerská etika a společenská odpovědnost podniků

*Rozmach manažerské etiky a
společenské odpovědnosti podniků*



Daniel Bell: „Návrat ke kořenům klasického evropského myšlení“

*3. Ekonomické fórum v Davosu Kodex správného etického chování
podnikového vedení.*

Koncept společenské odpovědnosti podnikání má řadu příznivců
(H. Küng, A. Rich, J. Anderson),
ale i vlivné odpůrce, zejména z řad liberálních ekonomů (M. Friedman,
J.K. Galbraith)

Názory liberálních ekonomů:

Podnikatelé se řídí pouze ekonomickými zájmy, jejich chování je
usměrňováno

neviditelnou rukou trhu

a

viditelnou rukou státu

M. Friedman (The Social Responsibility of Business):

- a) Zisk není možno dosahovat za jakýchkoliv podmínek, nýbrž pouze při respektování právních předpisů a etických zvyklostí
- b) Společenská odpovědnost manažerů a vlastníků je možná, není ji však možno činit na úkor práv jiných
- c) Nahrazování funkcí státu realizací společenské odpovědnosti podniků je neefektivní

Závěrečné dekády 20. století:

- **vznik obřích podnikatelských subjektů s obrovským ekonomickým potenciálem**
- **podnikání na globální úrovni**

Působení tradičních regulátorů – trhu a státu se v daných podmínkách stává neúčinné.

***PŘEVAHA MOCI OBŘÍCH PODNIKATELSKÝCH SUBJEKTŮ NAD TRHEM
A STÁTEM A Z TOHO VYPLÝVAJÍCÍ NEROVNOVÁHA***

N. Hertzová (Plíživý převrat):

- a) Slabý a zkorumpovaný stát ztrácí nad obřími podnikatelskými subjekty kontrolu**
- b) Konkurence na straně nabídky je slabá, resp. vůbec neexistuje**
- c) Je třeba vytvářet tlak ze strany nabídky cestou uvědomělého a organizovaného chování spotřebitelů**

Zdroje

narůstání váhy manažerské etiky a společenské odpovědnosti podnikání

- angažované chování občanů v roli zákazníků
iniciovaných názory sociálních myslitelů a podporovaných koncentrovaným úsilím řady občanských hnutí
- funkce státu
- iniciativa podnikatelských subjektů

G. Lipovetsky:

Rozmach manažerské etiky nelze považovat ani za projev naivního idealismu, ani altruismu. Jeho nejhlubší oporou je víra, že etika se vyplatí.

Lidé chtějí spolu s konzumací zboží „konzumovat“ i mravní hodnoty.

KVALITA / CENA + ETIKA

Téma 6.2: Institucionalizace společenské odpovědnosti podniků

Koncept společenské odpovědnosti podniků (**Corporate Social Responsibility – CSR**) se vyvíjí zhruba od 70. let dvacátého století.

Zelená kniha EU: Společenská odpovědnost podniků je dobrovolné integrování sociálních a ekologických hledisek do každodenních firemních operací a interakcí s firemními stakeholders.

„profit only“ → „3P“ – „people, planet, profit“

EK CSR Europe

OSN Global Compact

Téma 6.3: Teoretický exkurz

A. Smith

„Člověk, který při svých obchodech sleduje vlastní zájem, veden přitom neviditelnou rukou, prospívá společnosti trvaleji než ten, kdo se o to snaží s výslovným záměrem.“

A. Smith – ekonom *Bohatství národů*
- morální filozof *Teorie etických citů*

Na Smithovo učení navazuje **neoklasické paradigma**. Předpokládá, že člověk

- se snaží maximalizovat svůj užitek
- svá rozhodnutí činí racionálně, prostředky volí tak, aby cíle byly dosaženy co nejefektivněji
- se rozhoduje individuálně

Modifikace Etzioniho – **deontologické paradigma** - předpokládá, že člověk

- se snaží sledovat nejméně dvě neredukovatelné „užitečnosti“ – požitek a morálku (povinnost)
- svá rozhodnutí nečiní zcela racionálně, prostředky pro dosažení cílů volí na základě svých hodnot a emocí
- se rozhoduje sice individuálně, ovšem pod nezanedbatelným vlivem společenství, jehož je členem

KOŘENY MORÁLKY

1) Každý člověk na základě svých potřeb a svých zájmů koná

- **ve svůj vlastní prospěch** - ***egoismus*** *evoluční psychologie: zachování a rozvoj sebe sama*
- **ve prospěch jiných lidí** - ***altruismus*** *zachování a rozvoj svého rodu*

2) V každém společenství působí vztahy založené na

- autoritě** - ***poslušnost***
- konkurenci** - ***soutěž, konflikt***
- kooperaci** - ***sounáležitost, láska***

respektovat někoho, být s někým proti někomu

MORÁLKA

se vztahuje k lidskému chování a hodnotám

ETIKA

je věda, zabývající se studiem morálky

Etika slouží k řešení **konfliktů**, spojených s mravní volbou

- etický problém

předpokládá, že lidé mohou konat správně, pokud chtějí

- etické dilema

předpokládá, že lidé chtějí konat správně, ale nevědí jak

Vybrané etické teorie. Liší se tím, co považují za základ morálního hodnocení:

1. důsledky lidského chování
2. povinnost
3. lidská práva
4. spravedlnost
5. relativismus

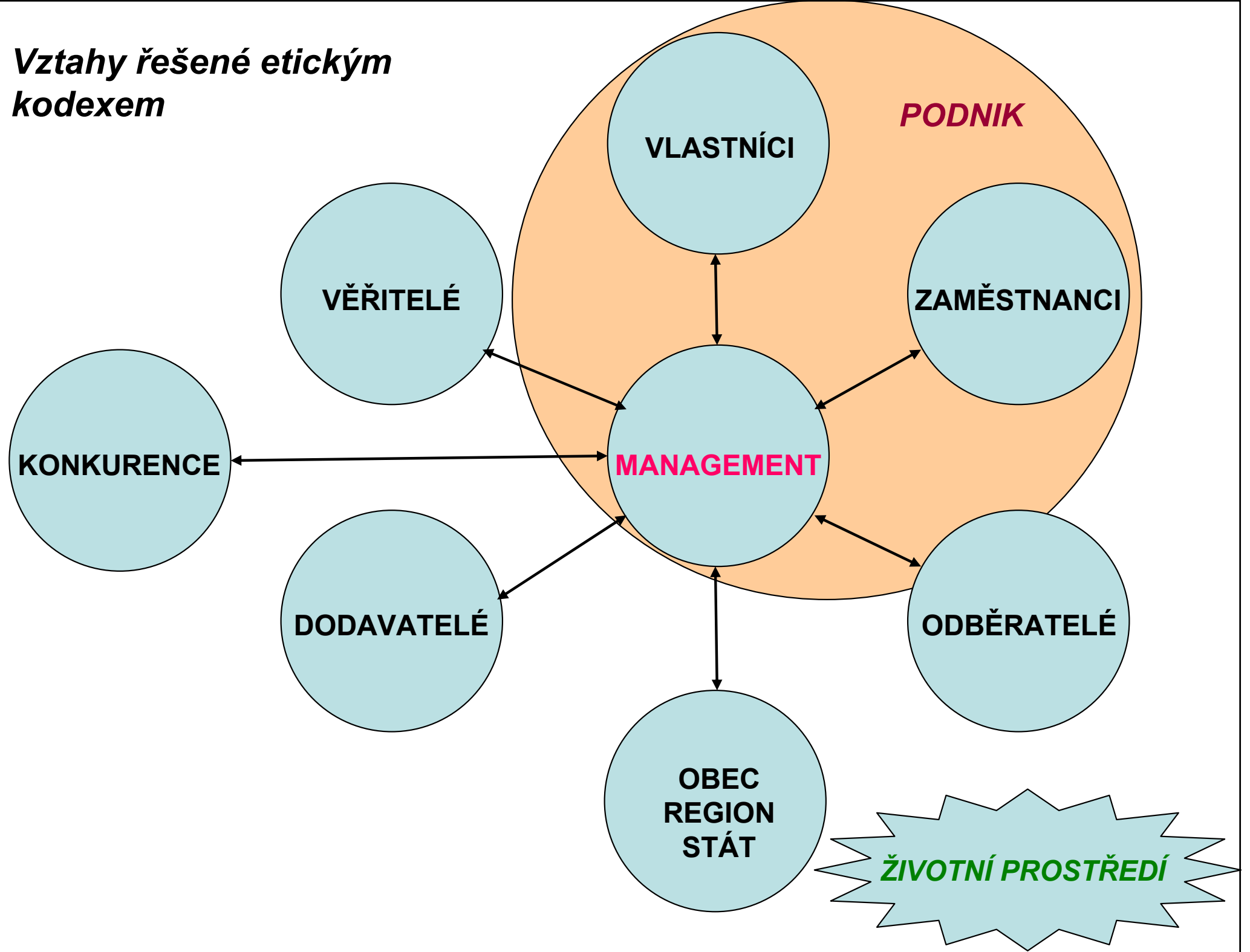
Téma 6.4: Etika v manažerské praxi

Proč by se měl podnik (jeho představitelé) chovat eticky?

- a) *je to v jeho zájmu*
- b) *mravnost je obecným zájmem celé společnosti*
- c) *každý podnikatelský subjekt očekává, resp. vítá etické chování ostatních účastníků ekonomických aktivit*
- d) *je obecně považováno za amorální jednostranně odstoupit od vzájemných dohod a přitom očekávat, že ostatní je budou dodržovat*
- e) *je společensky mravně neúnosné se proklamativně přihlásit k dodržování etických pravidel a skrytě je porušovat*
- f) *porušování morálních pravidel podnikatelskými subjekty destruuje prostředí nezbytné pro podnikání*

Etický kodex, jako určitá soustava pravidel, je specifickou aplikací morální teorie povinnosti.

Vztahy řešené etickým kodexem



**Charakteristickým rysem naší epochy není
posvěcení etiky, ale její utilitaristická
instrumentalizace ve světě podnikání**

G. Lipovetsky