

UTJECAJ GLOBALIZACIJE I POSLOVNE ETIKE U FUNKCIJI USPJEŠNOSTI POSLOVANJA

THE INFLUENCE OF GLOBALIZATION AND BUSINESS ETHICS AS A FUNCTION OF THE SUCCESSFUL BUSINESS PERFORMANCE

Mirjana Nedović*
Franko Čuljak**

SAŽETAK

Globalizacijom se povećava utjecaj globalne ekonomije na prosperitet u državama i svijetu kao i u svakom gospodarskom subjektu koji se prilagođava novim okolnostima u poslovanju. Prilagođavanje poslovanja jest preduvjet opstanka u sve konkurentnijem okruženju. Svijet se suočava sa starim izazovima, ali sada iz novog kuta gledišta. Uz rast populacije sve su češći dodiri između različitih kultura. Danas postaje izazov u pronalasku pravog omjera između globalnih normi i standarda i lokalnih kultura, društava i poduzeća. Neetičnim postupanjem i poslovnom kratkovidnošću, moguće je neetičnim poslovanjem narušiti ravnotežu za razvoj globalne ekonomije, te poslovanje poduzeća učiniti neuspješnim, odnosno udaljiti od postavljenih ciljeva.

Ponekad korporacije i poduzeća pronalaze i koriste „rupe u zakonu“ na globalnoj razini. Tako stvaraju nepovjerenje u ljudima i koriste ljudsku prirodu za vlastitu dobit. Samo ona poduzeća čija se slika budućnosti temelji na dobroj poslovnoj etici i društveno odgovornom poslovanju mogu dugoročno poslovati i opstati. Cilj i svrha ovog rada je prikazati značaj poslovne etike i utjecaj globalizacije na uspjeh poslovanja poduzeća, te ukazati na moguće nepoželjne poslovne efekte. U radu se pojašnjava pojam poslovne etike i globalizacije, te se analiziraju rezultati provedenog istraživanja na 64 ispitanika o stavu ispitanika prema poslovnoj etici i globalizaciji.

Ključne riječi: globalizacija, poslovna etika, uspješnost poslovanja poduzeća, društveno odgovorno ponašanje

* Dr.sc. Mirjana Nedović, prof.v.š., Veleučilište „Lavoslav Ružička“ u Vukovaru, e-mail: mnedovic@vevu.hr

** Franko Čuljak, student, Veleučilište „Lavoslav Ružička“ u Vukovaru, e-mail: franko@weittex.com

ABSTRACT

Globalization has increased the impact of the global economy on prosperity in countries and the world, as well as on any economic entity that adapts to new business circumstances. Adaptation of business is a precondition for survival in an ever-increasing competitive environment. The world is facing the old challenges, but now they are observed from a different point of view. With the growth of the population, contact between different cultures is becoming more frequent. Today, it is becoming a challenge to find the right amount of balance between global norms and standards and local cultures, societies, and businesses. By unethical behavior and business short-sightedness, and by means of unethical business it is possible to upset the balance for the sake of the development of the global economy, and to make the company's business unsuccessful, i.e., to make it to deviate from the set goals.

Sometimes corporations and businesses find and use legal gaps on the global level. Consequently, they create distrust in people and use human nature for their own financial benefit. Only those companies whose image of the future is based on good business ethics and socially responsible business will be able to operate and survive in the long run. The aim and purpose of this paper are to show the importance of business ethics and the impact of globalization on the success of the business corporation and also to indicate the possible undesirable business effects. This paper has analyzed the perception of business ethics and globalization and analyzed the results of research executed on 64 respondents on the respondent's attitudes towards business ethics and globalization

Keywords: globalization, business ethics, business performance efficacy, socially responsible behavior.

UVOD

Globalizacija i poslovna etika su dva pojma koji postaju povezani i neophodni u korporacijskom poslovanju. Uz sve veću povezanost svijeta putem slobodnog i otvorenog tržišta svijet se suočava sa novim preprekama. U dalekoj prošlosti carstva koja su pod svojom vlašću držala regije različitih kultura, unutarnje probleme nerijetko su rješavala primjenom vojne sile. U današnje vrijeme multinacionalne korporacije poput *Microsoft-a*, *Apple-a* i *Google-a* i sl. možemo usporediti sa povijesnim carstvima u pogledu veličine. Neke od njih su moćnije od manjih država s obzirom na raspoloživi kapital, utjecaj ili ljudske resurse. Kao takve suočene su sa sličnim problemima koji su mučili Makedonsko, Rimsko i Mongolsko carstvo, a to su različitosti kultura, vjera i običaja pojedinih osvojenih naroda.

U novije doba, razvojem ideja i zakona ljudskih pravai sloboda, trgovine i slobodnog tržišta usluga i roba, multinacionalne korporacije se svakodnevno suočavaju sa kulturnom i pravnom problematikom kao i problematikom okolišne odgovornosti. „Poslovnu etiku možemo objasniti kao prirodno vođenje poslova odnosno poslovanje u skladu s prirodom“ (Bebek & Kolumbić, 2000), čije promjene je vrlo bitno pravovremeno uočiti i dinamično strukturirati poslovanje prema toj prirodi koja se aktivno mijenja.

Prema Gregoriću (2015): „Poslovna etika se definira kao skup moralnih načela i normi kojima se usmjerava ponašanje aktivnih sudionika u gospodarskom sustavu, u skladu s vrijednosnim sustavima koji se temelje na općim ljudskim vrijednostima i usmjerene su na dobrobit čovjeka.“Kroz ne tako davnu povijest poslovno neetično i neodgovorno ponašanje poduzetarezultiralo je propadanjem poslovanja koje je prouzročilo negativne efekte: nezaposlenost ljudi, nestabilnost ekonomije i općenitu neizvjesnost i strah. Dolaskom osobnog računala *IBM*¹ 90-ih godina otpušta 60.000 ljudi, zbog velikog straha povodom napada 11. rujna putovanja zrakoplovom su smanjena zbog čega *Boeing*² daje otkaze 30.000 ljudi, *Citigroup*³ povodom krize 2008. eliminira 50.000 radnih mjesta (Rešetar, 2022). Stvarne brojke su puno veće izvan pojedinačnih slučajeva. Tako su neke loše prakse ponašanja iz prošlosti uzrokovale više proučavanja etičkih načela, odnosa pojedinca i poduzeća, te je poslovna etika postala nezaobilazan element uspješnog poslovanja.

1. GLOBALIZACIJA I POSLOVNA ETIKA

Napredci u povezanosti između ljudi kao što su telefon, zrakoplov, mobilni uređaji i World Wide Web pretvorili su svijet u „globalno selo“, izraz koji je utemeljio kanadski filozof Marshall McLuhan. Povodom takvih promjena narodi različitih kultura pored ekonomskih dobarara zmjenjuju usluge, znanje, kulturna dobra i jezik. Uoči i prije globalne povezanosti pojedinci koji su se u inozemstvu susretali sa kulturama različitim od vlastitih vrlo često su doživljavali kulturni šok. Običaji, način ponašanja, govorenja i obraćanja u svakodnevnicima njegove kulture su sasvim drugačiji od onih gdje se on trenutno nalazi. Njegovo shvaćanje i poimanje stranih običaja također igra integralnu ulogu prilikom kontekstualiziranja njegova okruženja. To shvaćanje polazi iz njegove vlastite kulture u kojoj je odrastao.

Većina svijeta u poslovanju danas komunicira putem elektroničke pošte i digitalnih medija omogućeno uz tehnološke napretke računala i pratećih software-a. Većina korespondencija bilo između poduzeća ili korporacija, pojedinaca ili država različitih materinskih jezika odlučuje se za engleski jezik kao *lingua franca*.⁴Iako se svakodnevno e-mailovi razmjenjuju u velikom broju, a u 2021. godini poslano je 319 milijardi e-mail-ova na dnevnoj bazi prema podacima objavljenim na Internet stranicama (<https://www.statista.com>), prilikom komunikacije izostaju neophodni detalji kao što su intonacija u glasu, gestikulacija, govor tijela i sl. Bez njih poruka poslana od osobe iz jednog kulturnog prostora je otvorena za interpretaciju u očima primatelja iz drugog kulturnog prostora.

¹ IBM –International Business Machines, jedna od najprofitabilnijih kompanija u USA sa godišnjim prihodom od 90mlrd. dolara

²Boeing - američka zrakoplovna i vojna industrija, jedan od svjetskih lidera u proizvodnji putničkih aviona.

³Citigroup - američka financijska holding kompanija sa sjedištem u New Yorku.

⁴ Lingua franca je jezik koji uvelike prelazi granice zemlje u kojoj se govori.

1.1. Globalizacija

Globalizacija nema čvrstu definiciju i u mnogima izaziva negativne asocijacije. Loša strana koju bi neki argumentirali jest iskorištavanje jeftine radne snage. Ljudi u zemljama trećeg svijeta u lošim radnim uvjetima rade za iznose koji u zapadnom svijetu izazivaju čuđenje i bijes. Gubitak poslova zbog procesa outsourcing-a⁵ poslova i poslovnih ugovora u države s nižim standardima i time nižim plaćama je još jedan od često zagovaranih problema. Na drugu stranu zbog želje za ravnopravnošću u internacionalnoj zajednici zemlje u razvoju su u središtu investicija Međunarodnog monetarnog fonda koji sa zajmovima potpomaže državama restrukturirati gospodarstvo i umanjiti rasipnu potrošnju kapitala.

Zbog raznih povijesnih čimbenika globalizacija je pospješena u drugoj polovici a najviše krajem 20. st. stvarajući globalnu sferu razmjene tehnički naprednijeg znanja zapadnih država s državama s manjim stupnjem razvoja. Takvim „izravnavanjem“ znanja pojavljuje se prilika za nove ideje jer „Karitativan poslovni subjekt želi, kako poslovati i surađivati s fizički i psihički zdravim subjektima, tako i boriti se protiv njih i konkurirati im, zato što prema Adamu Smithu⁶, uspješno gospodarstvo sastoji se od fizički i mentalno zdravih subjekata koji u natjecanju jedan protiv drugog, kao i u suradnji, omogućuju svim sudionicima poslovne igre optimalan uspjeh, razvoj i napredak (Bebek & Kolumbić, 2000). Globalizacija (Giddens, 2000) je, dakle, kompleksni set procesa, a ne jedan jedini proces. A oni se odvijaju kontradiktornim i opozicijskim načinima. Većina ljudi misli o njoj jednostavno kao o "odvlačenju" moći ili utjecaja iz lokalnih zajednica i nacija prema globalnoj areni.

1.2. Poslovna etika

Prema Bebeku i Kolumbiću (2000) glavni problem poslovne etike je taj što se ljudi ne pridržavaju etičkog koda u poslovnim odnosima. Ljudi tendenciozno koriste skup etičkih pravila koji im je u trenutku adekvatan. Kako bi uistinu etički postupao čovjek bi se trebao držati subjektivističkog pristupa etičkim načelima kakav zauzima Kant⁷. Njegov stav je „prije no što išta učiniš, pitaj samoga sebe bi li tvoj planirani postupak bio tebi i cijelom čovječanstvu prihvatljiv i etičan, kad bi i sve druge osobe svaki put učinile isto što i ti u okviru istih ili sličnih okolnosti“. U literaturi postoje različite definicije pojma poslovne etike, međutim osnovna nit svake definicije je slična, pa tako prema Dujaniću (2003): „Etika predstavlja koncepciju ponašanja i istraživanje što je pravilno, a što je pogrešno u svakodnevnom ponašanju. Etika mora prožimati svakoga i svaku stvar u tvrtki. Ona se mora primjenjivati svuda i to stalno. Poslovna je etika kodeks ponašanja kojega su profesionalci i poslovni ljudi međusobno prihvatili kao ispravan način ophođenja prema široj javnosti i prema osobama“.

⁵Engl. Outsourcing označuje davanje određenoga posla vanjskim dobavljačima

⁶ Adam Smith – škotski ekonomist i etičar

⁷ Kant Immanuel - njemački filozof, utemeljitelj kritičkog idealizma i njemačke klasične idealističke filozofije

Postavljanje određene razine standarda ponašanja izrazito je važno za svako poduzeće koje na jasan način mora dati poruku i interno i eksterno što je dobro, a što loše ponašanje te u skladu s tim načelima pravovremeno reagirati. Poslovna etika definira dobro od lošeg ponašanja u poslovanju i temelji se u skladu sa zakonom. Nadalje, prema definiciji etika je skup načela moralnoga (čudorednog) ponašanja nekoga društva ili društvene skupine koja se zasnivaju na temeljnim društvenim vrijednostima kao što su: dobrotu, 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 (Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2022). Prema Burić (2020) „Neetično ponašanje vrlo blizu koruptivnom ponašanju u sferi poslovnih odnosa. Činjenica je da je koruptivno ponašanje prošlo sve pore društva i da na njega izuzetno štetno djeluje.“

2. NEETIČKO POSLOVANJE GLOBALNOG UTJECAJA

Naznaka neetičnog poslovanja ima u izobilju i dolaze u raznim oblicima. Uključeni su pohlepa, suptilni oblici korupcije (neočiti sukobi interesa) i konvergencija mase. Pohlepu je gotovo nemoguće regulirati. S obzirom da ju je teško iskorijeniti jedini način da ju se smanji je putem povećanja transparentnosti i odgovornosti u poslovanju. Uzročnik je svih loših posljedica jer stvara konflikte između pojedinca i okoline. Korupcija negativno utječe na stabilnost i prosperitet zemalja i njihovih gospodarstava općenito. Potječe dijelom iz pohlepe no ima i puno složenijih izvora koji se grade iz različitih ljudskih interesa. Nastaje zbog okolnosti kao što su siromaštvo, viših razina gospodarskog i političkog monopola, loših administrativnih struktura i birokracije, političke nestabilnosti i nepotizma.

Pohlepa u poslovnom smislu je pokretač uzročnika sloma tržišta hipotekarnih kredita u SAD-u koje je svijet dovelo u financijsku krizu 2008. godine. Drugorazredne hipoteke su bile svjesno svrstavane u skupine privatnih hipotekarnih obveznica od strane banaka. Kreditne agencije zadužene za davanje rejtinga su ih stavljale u višu vrijednosnu klasu zbog njihove raznolikosti. Drugim riječima, zajmodavci stvaraju obveznice od svih hipoteka čiji vlasnici nemaju stalne prihode, posjeduju lošu kreditnu vrijednost i otplaćuju njen kredit uz podesivu kamatnu stopu. Potom ih investicijske banke prodaju svojim klijentima garantirajući njihovu sigurnost i čvrstoću poput visokokvalitetnih državnih obveznica. Kupci tih obveznica nisu bili svjesni da kupuju loš proizvod.

Razlog takvog načina poslovanja je u većoj dobiti prilikom prodaje rizičnijih financijskih instrumenata čija je stvarna vrijednost bila znatno niža od tržišne. Njihova klijentela se sastojala od menadžera raznih mirovinskih i novčanih fondova. Problem je nastao kada se uočilo da zajmoprimci ne plaćaju kredite ili nisu sposobni pokriti vrijednost hipoteke. Uslijedio je pad tržišta toga sektora koji je za sobom povukao ostatak financijskog tržišta. Korupcija se može opisati kao djelo kojim dvije strane potajno dogovaraju uslugu ili dobra za jednu stranu kako bi ta strana drugoj dodijelila beneficije kojima raspolaže s obzirom na svoju poziciju. Kao i pohlepa učestala je u poslovanju te se dijeli na stupnjeve težine. Primjerice u privatnom sektoru dva poduzeća mogu ostvariti nelegitimnu kapitalnu

dobit putem prijave na državni natječaj koji dodjeljuje poticaje za gospodarski razvoj. Kako bi to izveli jedno poduzeće za natječaj prijavljuje iznose potrebne za kupnju sredstava. Drugo poduzeće prodaje ta sredstva prvome po prethodno, između sebe, dogovorenoj cijeni. Na taj način nepošteni uzimaju svoj dio i zakidaju ostala poduzeća od potencijalnog razvitka. Neplaćanje poreza i korupcija su jasno raščlanjeni problemi i u javnosti se vrlo često isprepliću. Plaćanje poreza kod korporacija i poduzeća ponekad postaje motivator za stvaranje cijele strukture internacionalnog poslovanja kojime to pokušavaju izbjeći.

Primjer takvih struktura bi bilo recimo društvo s ograničenom odgovornošću koje se nalazi u SAD-u i u vlasništvu jeholding kompanije koja posjeduje imovinu firme. Ta holding kompanija se nadalje nalazi u Londonu i ona je u vlasništvu zaklade koja se nalazi u Singapuru. Zaklada je u konačnici postavljena od strane zakladnika iz Rusije. Razlog cijele takve komplicirane i neprozirne hijerarhije je u financijskoj i pravnoj zaštiti. Ukoliko d.o.o. u prvoj državi propadne firma proglašava stečaj, holding kompanija može napraviti novu firmu i ponovno pokrenuti proizvodnju ili poslovanje jer je vlasnik cijele imovine. Zbog činjenice da se radi o dvije različite pravne osobe nije ju moguće pravno držati odgovornom te i u slučaju da se pokuša pokrenuti pravni postupak kompanija se nalazi u drugoj državi čiji zakoni štite njenu privatnost. Zatim se kapital slijeva u dio strukture koji se nalazi u državi s minimalnim poreznim obvezama. Taj niz je popraćen granama koruptivnih dužnosnika u zemljama gdje se nalaze pojedine strukture takvog poslovanja. Takav pristup poslovanju je izašao u javnost u *Panama papers* 3. travnja 2016. i *Pandora papers* 3. listopada 2021. Niz dokumenata koji raskrinkavaju cijelu koruptivnu strukturu korporacijsko neetičnog poslovanja koji su doveli do uhićenja brojnih dužnosnika i povratka milijarde dolara pronevjerenog poreza.

Socijalne mreže su uz pomoć algoritama također postale alat kojim se stvorio monopol nad informacijama u generalnoj populaciji. Cenzuriranjem mišljenja koja se ne poklapaju sa svjetonazorom korporacija iza socijalnih mreža stvorilo se nepovjerenje i povremeno nezadovoljstvo među ljudima. Ne prikazivanje objava s nepopularnim mišljenjima jedan je od načina na koji se utišavaju takvi glasovi. Kroz vrijeme se pokazalo da je ideja o povezivanju ljudi vjerojatno samo paravan za povećanje prihoda velikih korporacija.

2.1. Implementacija etike u poslovanje

Kako bi korporacije i poduzeća u poslovanju djelovali i nastupali etički vlasnici i menadžeri bi trebali preuzimati odgovornost za svoje postupke i postupke poduzeća, te tako biti etički odgovorni. Svako poduzeće bez obzira na veličinu trebalo bi uočiti raznolikosti ljudi odnosno zaposlenika te ih pretvoriti u prednost. Uvođenjem etičkog kodeksa, poduzeće bi bilo u svakoj prilici odgovorno i etički ispravno postupiti i u nepredviđenim poslovnim situacijama. Poduzećima su neophodni predani zaposlenici, suradnici i dobavljači kako bi nudili usluge i pravili proizvode kojima bi stvarali zadovoljne i odane kupce i potrošače. Za uspješnu budućnost u poslovanju nužno je uzeti u obzir i utjecaj na okoliš i ljude. Uključivanjem etičkog sustava koji uzima u obzir društveno odgovorno poslovanje na sustavan način poduzeće je u stanju poboljšati svoje performanse i uvećati šanse za daljnji

rast. „Menadžer se pri odlučivanju može koristiti različitim etičkim pristupima koji uključuju različite kriterije. Ljudsko pravo je i pravo na istinu što znači da svi dionici poslovanja trebaju imati pristup istinitim informacijama kako bi na tom temelju donijeli najbolju odluku" (Rupčić, 2018).

Implementacija etike u poslovanju predstavlja nužnost, a menadžeri su ponajviše odgovorni za provedbu etike, te bi se trebali voditi etičkim pristupima pri odlučivanju. Etičko upravljanje ne može ostvariti sam glavni menadžer. Takvo upravljanje zahtijeva značajno vrijeme, svijest, stav i praksu od strane svakog člana poduzeća (Jungwool & Vuksoo, 2022). Važno je istaknuti da se smatra da jaka moralna osoba ima moralna načela kako u osobnom tako i u profesionalnom životu. Moralne osobe stječu reputaciju pravednih i brižnih prema drugima. Dimenzija moralnog menadžera povezana je s nastojanjem vođe za promicanje etičkog ponašanja na radnom mjestu (Jatinder & Manjari, 2019).

3. METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA

U izradi ovog rada primarna metoda istraživanja bila je provedena putem anketnog upitnika sa 12 pitanja. Prvi dio postavljenih pitanja se odnosio na stavove ispitanika prema poslovnoj etici i globalizaciji u poslovanju. Drugi dio pitanja su demografskog karaktera, a odnose se na dob, spol, stručnu spremu. Pitanja su zatvorenog tipa sa odgovorima Da i Ne. Istraživanje je provedeno putem platforme Google docs., a proveden je online, u periodu od 01. do 08. ožujka. U uvodnom dijelu ispitanici su upoznati sa svrhom ispitivanja.

U istraživanju je sudjelovalo 64 ispitanika, odabranih metodom slučajnog uzorka, s područja Republike Hrvatske, a svi su odgovori bili anonimni. Cilj istraživanje je bio utvrditi koliko su pojmovi poslovna etika i globalizacija poznati ispitanicima i njihov stav prema istome, te bi li željeli raditi u poduzeću koje se neetično ponaša u internom i eksternom okruženju i kakav je stav ispitanika prema globalizaciji. Rezultati istraživanja su analizirani deskriptivnom statistikom i prikazani pomoću grafičkih prikaza. U skladu sa teorijsko-metodološkim pristupom postavljaju se hipoteze:

H₁ - Ispitanici nisu upoznati sa pojmom poslovne etike i globalizacije

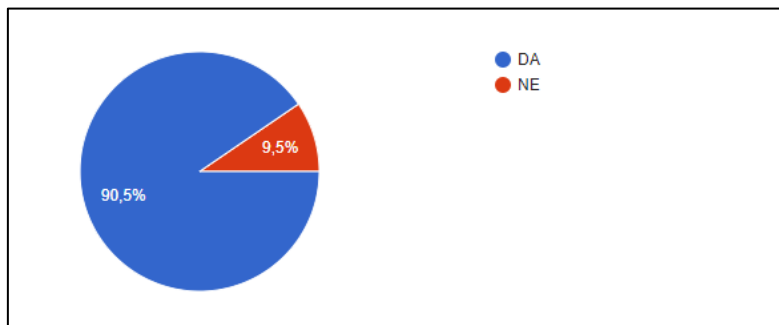
H₂ - Ispitanici ne žele raditi u poduzeću koje se ponaša na neetičan način

H₃ – Ispitanici smatraju da globalizacija ima pozitivan utjecaj na poslovanje

4. REZULTATI ISTRAŽIVANJA

Anketni upitnik je ispunilo 42,5 % osoba ženskog spola i 54,8% osoba muškog spola .54 % ispitanika je između 46 i 60 godina, od 31 do 45 godine je 14,3% ispitanika, od 18 do 30 godine je bilo 23,8% ispitanika, te od 60 godina i više je bilo 7,1% ispitanika. Prema stručnoj spremi 59,5% ima VŠS/stručni ili VSS/ sveučilišni studij, 23,8 % ispitanika ima završenu srednju školu i 16,7 % ispitanika ima titulu mr./dr.sc.

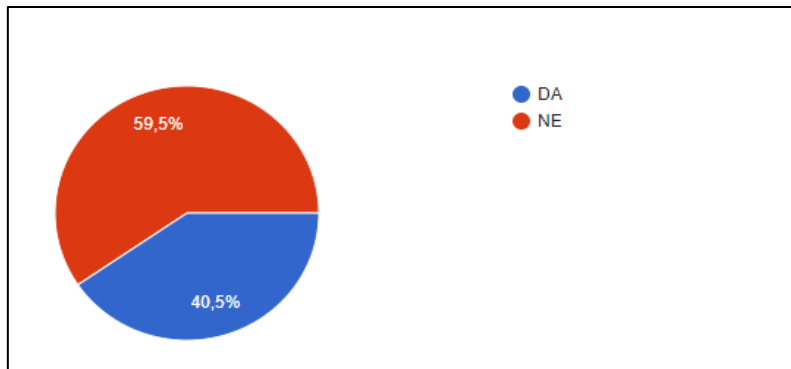
Grafikon 1. Poznavanje pojma poslovne etike u poslovanju



Izvor: Izrada autora, 2022.

Na pitanje: jeste li upoznati sa pojmom poslovna etika u poslovanju, 90,5 % ispitanika odgovorilo je da je upoznato sa pojmom, a 9,5 % ispitanika odgovorilo je da nije upoznato sa pojmom poslovna etika.

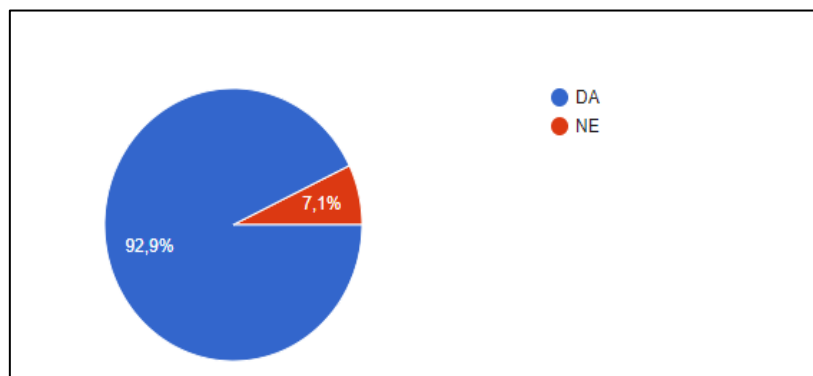
Grafikon 2. Rad u poduzeću bez definirane poslovne etike



Izvor: Izrada autora, 2022.

Na pitanje „ Da li biste radili u poduzeću/instituciji koja nema definiranu poslovnu etiku?“, 59,5% ispitanika je odgovorilo da ne bi željelo raditi u takvom poduzeću, dok 40,5% ispitanika bi radilo u poduzeću koje nema definiranu poslovnu etiku.

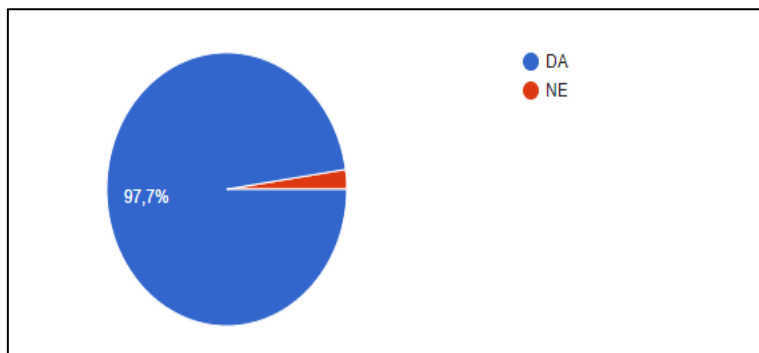
Grafikon 3. Postojanje diskriminacijske politike u poduzeću



Izvor: Izrada autora, 2022.

Na pitanje „Da li smatrate da u hrvatskim poduzećima postoji diskriminacijska politika (npr. po spolu, dobi, rasi, političkoj opredijeljenosti, religijskoj opredijeljenosti)?“ 92,9 % ispitanika je odgovorilo da smatra da postoji diskriminacija, dok njih 7,1 % misli da ne postoji.

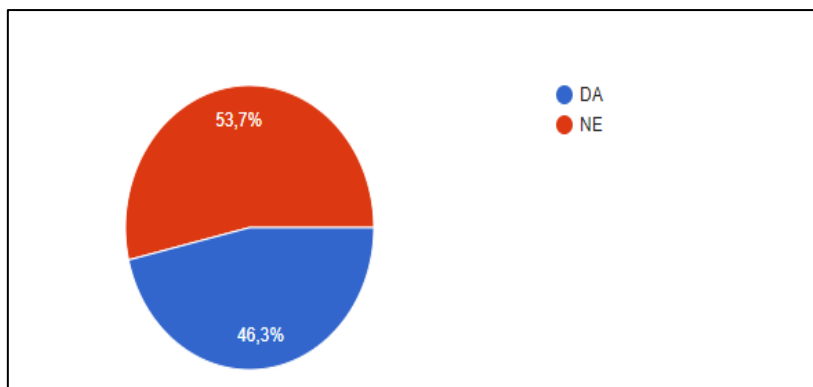
Grafikon 4. Etika i poštivanje etičke norme



Izvor: Izrada autora, 2022.

Na pitanje „Smatrate li da etika u poslovanju predstavlja normu koja se treba poštivati?“ 97,6 % ispitanika misli da etika predstavlja normu koja se treba poštivati, dok njih 2,4% misli da ne predstavlja normu koja se treba poštivati.

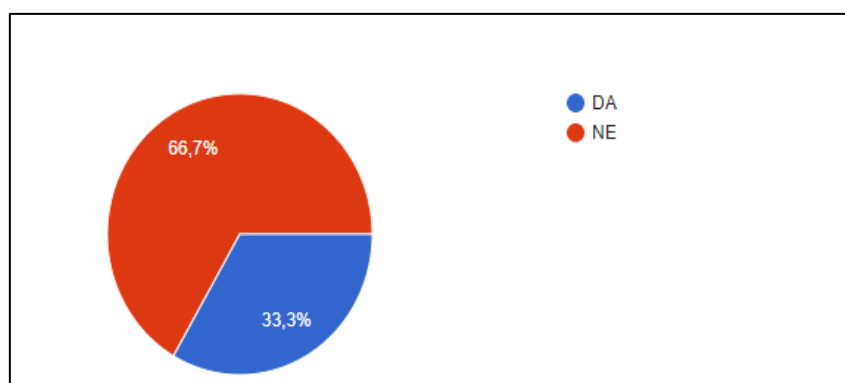
Grafikon 5. Izbor poslovne etike



Izvor: Izrada autora, 2022.

Na pitanje „Da li je etika u poslovanju stvar izbora?“ 53,7 % ispitanika misli da nije stvar izbora, dok njih 46,3 % ispitanika misli da je poslovna etika stvar izbora.

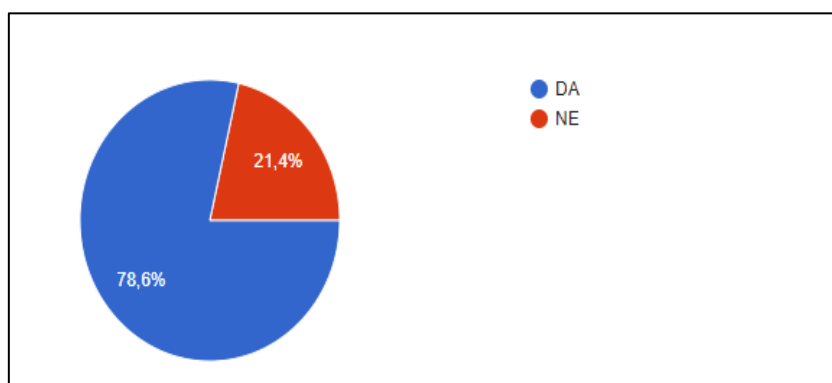
Grafikon 6. Globalizacija



Izvor: Izrada autora, 2022.

Na pitanje „Da li pojam globalizacija izaziva kod vas negativne konotacije za poslovanje?“ 66,7 % ispitanika pojam globalizacije ne povezuje se sa negativnim konotacijama, dok je 33,3 % ispitanika odgovorilo da kod njih globalizacija izaziva negativnost prema istom.

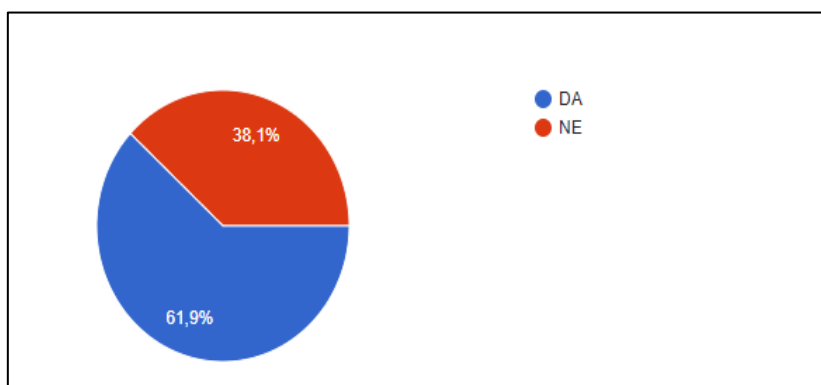
Grafikon 7. Globalizacijom do lakšeg poslovanja



Izvor: Izrada autora, 2022.

Na pitanje „Da li globalizacija olakšava poslovanje?“ 78,6 % ispitanika je odgovorilo da globalizacija olakšava poslovanje, dok 21,4 % ispitanika misli da ne olakšava poslovanje.

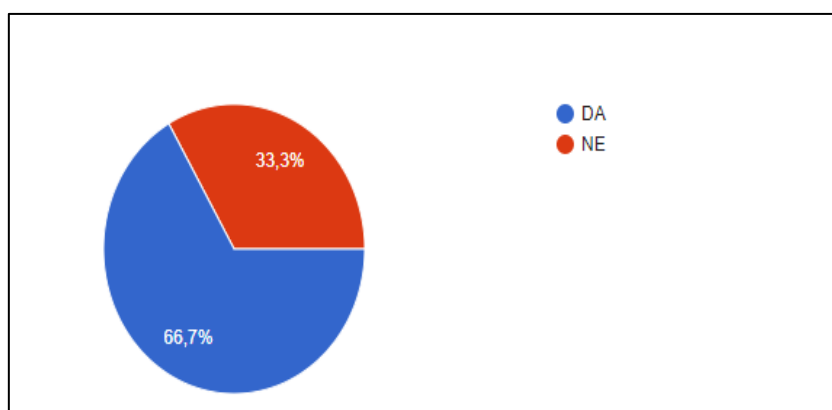
Grafikon 8. Utjecaj globalizacije na život čovjeka



Izvor: Izrada autora, 2022.

Na pitanje „Smatrate li da globalizacija pozitivno utječe na život čovjeka?“ 61,9 % ispitanika odgovorilo je da globalizacija utječe na život čovjeka, a 38,1 % ispitanika odgovorilo je da ne utječe.

Grafikon 9. Globalizacija i njezin učinak na poslovanje



Izvor: Izrada autora, 2022.

Na pitanje „Da li mislite da globalizacija ima više pozitivnih nego negativnih učinaka na poslovanje?“ 66,7 % ispitanika odgovorilo je pozitivno, dok 33,3 % , ispitanika odgovorilo da globalizacija ima više negativnih učinaka.

ZAKLJUČAK

Ljudska priroda je neizbježna činjenica i stalni faktor u svakom poslovanju. Prije svega kako bi uspješno gradili povezan i pravedan svijet te poslovanje nužno ju je spoznati. To svakako dolazi kroz životno iskustvo. Ono nam omogućuje donošenje etičkih odluka s obzirom na mjesto i vrijeme u kojem se nalazimo. Isto tako nas potiče da se držimo etičkih normi koje se od nas zahtijevaju. Onako kako pojedinci percipiraju svijet stvaraju i oblikuju i osobne etičke vrijednosti i promišljanja o poslovnoj etici. Stav prema poslovnoj etici i globalizaciji mogu proizlaziti iz lokalne kulture ali i drugih čimbenika tijekom života. Bile

one na razini općina ili država, u sve većoj mjeri i sasve većom učestalošću se te kulture neizbježno dodiruju i surađuju kroz poslovno okruženje. U takvom okruženju je potrebno stvoriti etički kodeks ili norme kojima se jamči uzajamnost i poštivanje vrijednosti svakog zaposlenika bez da se narušavaju prioriteti samog poslovanja i uspješnost poduzeća ili korporacije. Stvaranje takvog etičkog kodeksa treba biti povjereno ljudima koji posjeduju vrline mudrosti i pravednosti.

Osobe koje su na čelu, kao menadžeri stvaraju tu strukturu i trebaju biti primjer ostalima u hijerarhiji. Svaki menadžer je promatran „budnim okom javnosti“, pa se njegovo ponašanje mjeri i kroz njegova i javna i privatna ponašanja. Osobe problematičnih karakteristika i etički upitnih, ne bi trebale imati priliku rukovođenja u poduzećima na bilo kojoj razini. Upravljanje ljudima kao važnom resursu u poduzeću nije lak zadatak i danas zahtjeva profesionalizam, znanje i potrebne vještine u svim sferama poslovanja. Etičko ponašanje prema zaposlenicima i međusobna tolerancija na različitost trebao biti važan temelj svakog poduzeća. U potrazi za uspjehom svako poduzeće ili korporacija mora uvidjeti dobrobit koja dolazi sa raznovrsnom zajednicom njenih zaposlenika. Naglašavanjem prednosti i nagrađivanjem uspjeha svojih zaposlenika stvara se zanos kojima zaposlenici vraćaju predanošću i marljivošću. Popunjavanjem nedostataka putem daljnjeg obrazovanja i usavršavanja zaposlenika stvara se otporan sustav spreman podnijeti i ono najteže.

Za potrebe ovog rada je provedeno istraživanje putem anketnog upitnika sa ciljem uvida i poznavanje stavova ispitanika prema poslovnoj etici i globalizaciji. Hipoteza H₁ - Ispitanici nisu upoznati sa pojmom poslovne etike i globalizacije je opovrgnuta jer 95,5 % ispitanika je upoznato sa pojmom poslovna etika. Hipoteza H₂ - Ispitanici ne žele raditi u poduzeću koje se ponaša na neetičan način, je potvrđena jer 59,5% ispitanika ne žele raditi u poduzeću koje se ponaša na neetičan način. Hipoteza H₃ - Ispitanici smatraju da globalizacija ima pozitivan utjecaj na poslovanje, je potvrđena jer 66,7 % ispitanika smatra globalizaciju kao pozitivnu pojavu koja utječe na poslovanje. Iz odgovora ispitanika vidljivo je da 97,7 % ispitanika smatra postojanje diskriminacijske politike u poduzećima, te ovakav rezultat bi trebao biti signal za poduzimanje određenih aktivnosti kako bi se percepcija o postojanju diskriminacije bilo koje vrste svela na minimum, odnosno uklonila. Ovaj rad bi mogao doprinijeti budućim istraživanjima o ovoj aktualnoj temi i tako dati bolji uvid rukovodećim strukturama o značaju i provedbi etičkog ponašanja u poduzećima, definiranju etičkog kodeksa i učincima globalizacije na cjelokupno poslovanje.

LITERATURA

1. Bebek, B., & Kolumbić, A. (2000). *Poslovna etika*. Zagreb: Sinergija.
2. Burić, Ž. (2020). Etično ponašanje – radno okruženje kao izazov i. *PIS*, 30, str. 150-162.
3. Dujanić, M. (2003). Poslovna etika u funkciji menadžmenta. *Zbornik radova Ekonomskog fakulteta u Rijeci: časopis za ekonomsku teoriju i praksu*, 21.
4. Giddens, A. (2000). Globalizacija. *Diskrepancija*, 2(1), str. 59-66.
5. Gregorić, M. (2015). Poslovna etika i korporacijska društvena odgovornost u Hrvatskoj i Kataru. *Obrazovanje za poduzetništvo- E4E*, 2.

6. <https://www.statista.com>. (n.d.). Preuzeto 4. 3 2022 iz Number of sent and received e-mails per day worldwide from 2017 to 2025:
<https://www.statista.com/statistics/456500/daily-number-of-e-mails-worldwide>
7. Jatinder, K., & Manjari, S. (12 2019). Exploring the mechanisms of influence of ethical leadership on employment relations. *IIMB Management Review*, 4, str. 385-395.
8. Jungwool, L., & Vuksoo, C. (3 2022). Determinants and effects of using ethical management system in Korean logistics companies. *The asian Journal of Shipping and Logistic*, str. 1-9.
9. Leksikografski zavod Miroslav Krleža. (2022). Preuzeto 17. 1 2022 iz Hrvatska enciklopedija: <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=18496>
10. Rešetar, I. (2022). *Dnevno HR*. Preuzeto 17. 1 2022 iz <https://www.dnevno.hr/gospodarstvo-i-turizam/it-gigant-ibm>
11. Rupčić, N. (2018). *Suvremeni menadžment - teorija i praksa*. Rijeka: Ekonomski fakultet Sveučilišta u Rijeci.