

7-16-2019

Poslovna etika podjetnikov in zaposlenih v Sloveniji

Jasna Auer Antončič

Boštjan Antončič

Follow this and additional works at: <https://www.ebrjournal.net/home>

Recommended Citation

Auer Antončič, J., & Antončič, B. (2019). Poslovna etika podjetnikov in zaposlenih v Sloveniji. *Economic and Business Review*, 21(4). <https://doi.org/10.15458/2335-4216.1079>

This Original Article is brought to you for free and open access by Economic and Business Review. It has been accepted for inclusion in Economic and Business Review by an authorized editor of Economic and Business Review.

POSLOVNA ETIKA PODJETNIKOV IN ZAPOSLENIH V SLOVENIJI

JASNA AUER ANTONČIČ¹
BOŠTJAN ANTONČIČ²

POVZETEK: *Poslovna etika je ključna za dolgoročno delovanje podjetij. Z obravnavo vprašanja o razlikah med podjetniki in nepodjetniki, s primerjavo odnosa do poslovne etike med podjetniki in zaposlenimi, daje ta raziskava prispevek k dosedanjemu znanju o poslovni etiki v podjetništvu. Ugotovitve raziskave kažejo, da je poslovna etika v Sloveniji na dokaj nizki ravni, da imajo podjetniki višje etične standarde od zaposlenih in so manj cinični do poslovne etike od zaposlenih ter da sta etični standard in zaznava slabosti poslovne etike negativno povezana predvsem pri podjetnikih.*

Ključne besede: *poslovna etika, podjetniki, zaposleni, etični standard, Slovenija*

1 UVOD

Etika obravnava razliko med tem, kar je prav, in tistim, kar je narobe; obravnava naravo in podlago moralnosti, vključno z moralnimi sodbami, standardi in pravili ravnanja (npr. Taylor, 1975; Morris et al., 2002). Poslovna etika je ključna za dolgoročno delovanje podjetij (Trevino & Nelson, 2010). Za dobro vodenje ni značilna le učinkovitost, ampak tudi etika (Ciulla, 2003; Li, 2013). Etični voditelji naj bi postavili etične norme, ki bi zaposlene na pravi način spodbujale k medsebojnemu sodelovanju (Goleman, 1998), vključevali svoje načelne vrednote in vedenje v svoje načine vodenja ter delovali kot vzorniki (Trevino et al., 2000). Uvajanje etike deluje na dojetje jasnosti in ustreznosti etičnih standardov podjetja in na pripravljenost podjetja, da se sooči z etičnimi izzivi (Morris et al., 2002). Odnos med podjetništvom in etiko lahko označimo kot odnos ljubezni in sovraštva; podjetniki po eni strani prispevajo k razvoju družbe kot ustvarjalci novih izdelkov in zaposlitev ter kot inovatorji odpirajo nove možnosti za člane družbe, po drugi strani pa jih pogosto kritiziramo zaradi enostranskega prizadevanja za poslovni uspeh in pri tem zaradi pripravljenosti, da po potrebi ogrozijo moralne vrednote (Fisscher et al., 2005). Kupci in zaposleni imajo lahko pomembno vlogo pri vplivu na etična stališča podjetnikov (Lahdesmäki, 2005). Pomembno, a še dokaj nerazrešeno vprašanje na področju etike v podjetništvu je (Harris et al., 2009: 408), kako se podjetniki razlikujejo od nepodjetnikov glede na etiko, kajti nekatere raziskave kažejo podjetnike v pozitivni (npr. Bučar et al., 2003; Buchholz & Rosenthal, 2005; Dunham et al., 2008), nekatere pa v negativni luči (npr. Kets de Vries, 1985; Longenecker et al., 1988; Bhide, 1996). Odgovor na to vprašanje

1 Univerza na Primorskem, Fakulteta za management, Koper, Slovenija

2 Univerza v Ljubljani, Ekonomska fakulteta, Ljubljana, Slovenija, e-pošta: bostjan.antoncic@ef.uni-lj.si

je lahko zelo pomemben, saj kaže na to, ali delujejo tisti, ki vodijo ustvarjanje nove vrednosti v gospodarstvu (podjetniki), na podlagi višjih ali nižjih etičnih standardov kot tisti, ki tega procesa ne vodijo (nepodjetniki, v gospodarstvu predvsem zaposleni). Z obravnavo tega vprašanja, s primerjavo odnosa do poslovne etike med podjetniki in nepodjetniki (zaposlenimi), daje ta raziskava prispevek k dosedanjemu znanju o poslovni etiki v podjetništvu, prispeva k razumevanju razlik med podjetniki in nepodjetniki v gospodarstvu. Odgovor na to vprašanje je lahko celo približek odgovora na to, ali se nova vrednost ustvarja bolj ali manj etično.

2 HIPOTEZE

Etični standardi so načela, ki jim posamezniki sledijo in s katerimi spodbujajo vrednote, kot so zaupanje, dobro vedenje, poštenost in/ali prijaznost (BusinessDictionary, 2019). Zaznava slabosti poslovne etike oz. cinizem glede poslovne etike je opredeljen kot občutek cinizma glede na pomembnost ali obstoj etičnega vedenja v poslovnem svetu (Trevino & Nelson, 2010). Gre za zaznavo o tem, ali je poslovna etika v nekem okolju dobra ali slaba. Podjetniki (lastniki - managerji podjetij) se razlikujejo od zaposlenih (ljudi, ki opravljajo delo za nekoga drugega, ne v podjetju, ki ga vodijo) po npr.: (1) značilnostih svojega dela (Stephan & Roesler, 2010; podjetniki imajo večjo odgovornost kot zaposleni: avtoriteta odločanja, nadzor nad delom, zahtevnost dela in delovna obremenitev ter aktivno delo), (2) osebnostnih značilnostih pri odločitvi za podjetništvo (npr. Antončič et al., 2015a, za podjetnike so bolj značilne odprtost za nove izkušnje, ekstravertnost in nesprejemljivost), po (3) motivaciji pri ustanovitvi podjetja (npr. Shaver & Scott, 1991; podjetniki imajo bolj izraženo potrebo po dosežkih) in po (4) finančni motivaciji (ki lahko vodi do izstopa; Carraher, 2011; pri podjetnikih je zadovoljstvo s plačo manj pomembno, podoben je pomen odnosa do bonitet).

Surie in Ashley (2008) sta obravnavala pragmatizem, filozofski pristop, ki poudarja eksperimentiranje in delovanje, značilno za podjetniško vodenje, v povezavi z etiko, in ugotovila, da pragmatizem in etika nista nezdržljiva in da vzdrževanje podjetniškega vodenja za ustvarjanje vrednosti zahteva etično delovanje za izgradnjo legitimnosti. Bauchus in Cochran (2009) sta za ZDA ugotovila, da se podjetniki zavzemajo za dokaj visoke etične vrednote, se srečujejo s številnimi etičnimi vprašanji pri ustanavljanju in vodenju novega podjetja, ustanavljajo podjetja, ki podpirajo etičnost delovanja pri razvoju podjetja in poudarjajo družbeno odgovornost. Etično vedenje podjetnikov je po navadi na višji ravni kot pri managerjih zaradi večje povezanosti s podjetjem v smislu lastniškega deleža in višjega tveganja, ki ga prevzemajo (Bučar & Hisrich, 2001; Bučar et al., 2003). Podjetniki naj bi imeli višje etične standarde od drugih skupin, npr. od managerjev ali vodstvenih delavcev večjih podjetij (Morris et al., 2002). Na podlagi teh raziskav predlagamo naslednjo hipotezo:

H1: Ocene etike se razlikujejo med podjetniki in zaposlenimi:

(1a) Ocena lastnega etičnega standarda je višja pri podjetnikih kot pri zaposlenih.

(1b) Zaznava slabosti poslovne etike je nižja pri podjetnikih kot pri zaposlenih.

Osebne vrednote in z njimi povezana osebna etična merila so podlaga za etično odločanje (Fritzsche, 1995). Zastavljeni osebni etični standardi so lahko povezan z etičnimi vrednotami posameznika. Osebne vrednote in zastavljeni osebni etični standardi učinkujejo na odločanje osebe (Grasso & Kaplan, 1998). Posameznikovi osebni etični standardi bodo odločilni za njegov odziv na deviantno delovanje njegovih sodelavcev (Henle et al., 2005). Zaznava slabosti poslovne etike oz. cinizem glede poslovne etike je po navadi odraz neetičnosti posameznika (Trevino & Nelson, 2010), zato je postavljena hipoteza:

H2: Ocena lastnega etičnega standarda je negativno povezana z zaznavo slabosti poslovne etike.

3 METODOLOGIJA

Merski inštrument (vprašalnik) je vključeval vprašanja zaprtega tipa na petstopenjski Likertovi lestvici o zaznavi slabosti poslovne etike (angl. cynicism quotient, Trevino & Nelson, 2010; vprašanja so navedena v sliki 1 – zadnjih deset), uporabili smo tudi njihovo aritmetično sredino (koeficient zanesljivosti Cronbach alfa: podjetniki 0,85, zaposleni 0,82), ter vprašanja o osebnem etičnem standardu (imam visoke etične standarde) in (kontrolno) o ravni poslovne etike v Sloveniji (poslovna etika je v Sloveniji na visoki ravni).

Zbiranje podatkov je bilo izvedeno prek spletnega vprašalnika na naključnem vzorcu slovenske populacije (primerljivega s populacijo po starosti in spolu), izmed aktivnega prebivalstva v gospodarstvu sta bili izbrani dve skupini ljudi: podjetniki, tj. lastniki – managerji podjetij, in zaposleni v zasebnem sektorju, ki niso managerji. Število uporabnih odgovorov je bilo 248 (79 podjetnikov in 169 zaposlenih), pri čemer je bil delež žensk nekoliko nižji pri podjetnikih (41,7 %, pri zaposlenih 46,7 %), podjetniki so bili tudi nekoliko starejši (44 % starih 44 let ali manj, pri zaposlenih 59,4 %), z daljšo delovno dobo (40,3 % do 20 let, pri zaposlenih 59,8 %). Za preverjanje hipotez smo uporabili primerjavo aritmetičnih sredin s t-testi (H1) in korelacijsko analizo (H2).

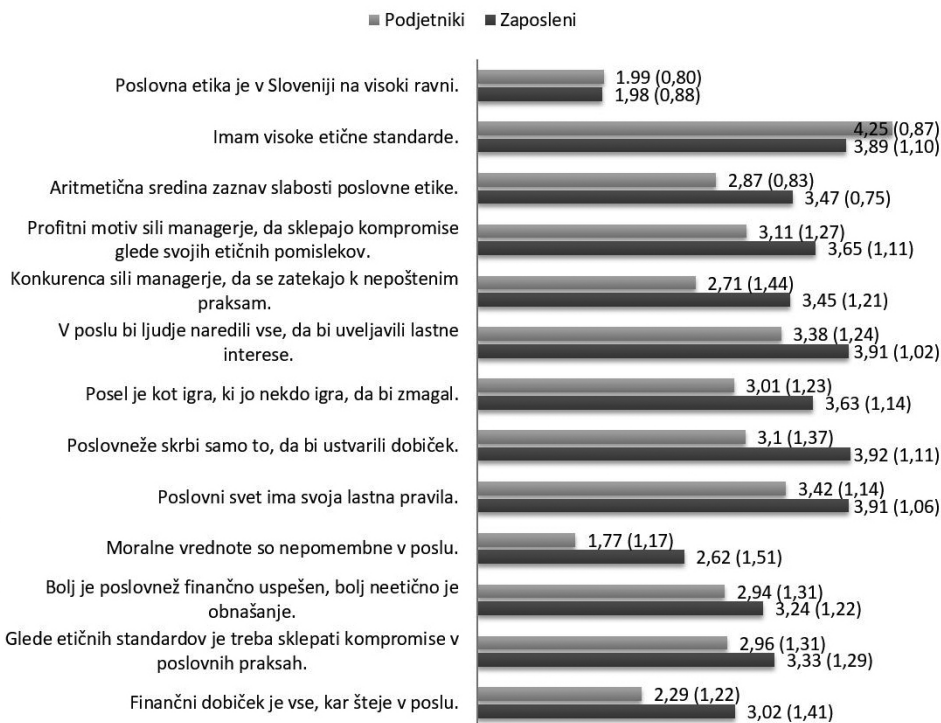
4 REZULTATI

Merjene so bile zaznave anketirancev o poslovni etiki. Ugotavljamo, da po mnenju anketirancev poslovna etika v Sloveniji ni na visoki ravni (slika 1), oceni podjetnikov (1,99 od 5) in zaposlenih (1,98) sta nizki in se ne razlikujeta. Podjetniki (4,25) imajo višje etične standarde od zaposlenih (3,89) (t 2,77; 189,5 df; sig. 0,006), kar je v skladu s H1a. Podjetniki (2,87) so pokazali nižje zaznave slabosti poslovne etike od zaposlenih (3,47) (t 2,77; 189,5 df; sig. 0,006), v povprečju, skladno s H1b, kot tudi pri vseh desetih

trditvah posebej (Finančni dobiček je vse, kar šteje v poslu. Glede etičnih standardov je treba sklepati kompromise v poslovnih praksah. Bolj je poslovnež finančno uspešen, bolj neetično je obnašanje. Moralne vrednote so nepomembne v poslu. Poslovni svet ima svoja lastna pravila. Poslovneže skrbi samo to, da bi ustvarili dobiček. Posel je kot igra, ki jo nekdo igra, da bi zmagal. V poslu bi ljudje naredili vse, da bi uveljavili lastne interese. Konkurenca sili managerje, da se zatekajo k nepoštenim praksam. Profitni motiv sili managerje, da sklepajo kompromise glede svojih etičnih pomislekov.).

Pokazala se je negativna povezava med etičnim standardom in povprečno zaznavo slabosti poslovne etike, vendar je bila statistično značilna pri podjetnikih (korelacijski koeficient $-0,19$; sig. $0,044$), pri zaposlenih pa ne (korelacijski koeficient $-0,19$; sig. $0,13$). Ta rezultat je delno v skladu s H2.

Slika 1: Ocena lastnega etičnega standarda in zaznave slabosti poslovne etike s strani podjetnikov in zaposlenih (1 - sploh se ne strinjam, 5 - zelo se strinjam; aritmetična sredina, standardni odklon v oklepaju)



5 SKLEP

V raziskavi na manjšem vzorcu prebivalcev Slovenije, aktivnih v gospodarstvu, smo ugotovili, da je poslovna etika v Sloveniji po zaznavah podjetnikov in zaposlenih na dokaj nizki ravni, da imajo podjetniki višje etične standarde od zaposlenih in so manj cinični do poslovne etike od zaposlenih ter da sta etični standard in zaznava slabosti poslovne etike negativno povezana predvsem pri podjetnikih. Članek je prispeval nove ugotovitve o razlikah med poslovno etiko managerjev in zaposlenih ter o povezavi med etičnim standardom in cinizmom do poslovne etike. Članek ima omejitve, ki se nanašajo predvsem na vzorec v gospodarstvu aktivnih prebivalcev, katerega dve skupini (podjetniki in zaposleni) nista uravnoteženi glede starosti, spola in let delovnih izkušenj, vendar te razlike dobro odražajo dejansko stanje (podjetniki so v primerjavi z zaposlenimi v večjem deležu moški, starejši, z več let delovnih izkušenj), ter na mere, ki temeljijo na zaznavah. Poleg tega je bilo v vzorcu manj podjetnikov kot zaposlenih, vendar je to odraženo tudi v populaciji aktivnega prebivalstva v Sloveniji. V prihodnje bi lahko naredili primerjavo z drugimi državami.

Kljub temu, da izražajo podjetniki dokaj visoke etične standarde (kar je v skladu s preteklo raziskavo (Bučar et al., 2003), ko so slovenski podjetniki pokazali visoko raven poslovne etike (razlikovanje med tem, kar je prav in narobe) in kjer je bilo poudarjeno, da družbe z višjo stopnjo poslovne etike po navadi zaznamujejo manjša negotovost delovanja in nižji stroški politik in regulativ), je raven poslovne etike še vedno prenizka. Še posebno zaskrbljujoče je, da je na zelo nizki ravni pri zaposlenih, ki predstavljajo zelo velik del celotne populacije. Kljub temu, da so zaposleni in podjetniki obiskovali enake izobraževalne sisteme, med njimi vseeno obstajajo določene razlike v etičnih standardih. Mogoče razvijajo višje etične vrednote ljudje, ki sodelujejo v okolju družinskega podjetništva, ki je postalo prevladujoče v slovenskem gospodarstvu po številu podjetij in dodani vrednosti (Antončič et al., 2015).

Predlogi so naslednji:

- Zelo veliko bi bilo treba narediti za izboljševanje poslovne etike. Na primer, zmanjšanje cinizma glede poslovne etike je nujno, najbolj pereče slabe zaznave so o tem, da ima poslovni svet svoja pravila, da bi ljudje za uveljavljanje svojih interesov v poslu naredili vse, da je ustvarjanje dobička edina skrb poslovnikev ter da profitni motiv sili managerje k sklepanju kompromisov glede etičnih zadev.
- Začeti je treba pri izboljševanju vrednot in osebne etike, tj. pri vzgoji in izobraževanju od najmlajših naprej, poudarek bi moral biti na poštenosti (in etičnosti) kot poglavitnem temelju osebnosti. V ospredju naj bodo podjetniške vrline, kot npr. (Hicks, 2009) racionalnost, ponos, pogum, integriteta, neodvisnost, poštenost, produktivnost in pravičnost.

- Potem bi bilo treba nadaljevati npr. v podjetjih z izobraževanjem o pomenu in koristih etičnega vedenja in z nagrajevanjem pravilnega etičnega vedenja.

Na področju izboljševanja vrednot v družbi in poslovne etike v gospodarstvu ima lahko pomembno vlogo pozitivno etično reševanje primerov na osebni in organizacijski ravni, poudarjanje pravilnega ravnanja zaposlenih, managerjev, lastnikov in drugih zainteresiranih oseb podjetij in drugih organizacij, kot tudi opozarjanje na nepravilnosti in njihovo takojšnje odpravljanje. Poleg tega sta pomembna poziv zainteresiranih oseb in družbe k etičnemu ravnanju na vseh ravneh ter ustrezen izvedbeni pravni okvir, kamor sodi ustrezno in pravočasno reševanje zadev na sodiščih. Dolgoročni družbeni cilj bi lahko bil etičnost kot osnovna vrednota.

6 SOFINANCIRANJE

Raziskovalni program št. P5-0117 in projekt (Osebnost in sociološko ozadje podjetnikov ter ustanovitve, internacionalizacija in rast malih in srednje velikih podjetij, št. J5-7588) je sofinancirala Javna agencija za raziskovalno dejavnost Republike Slovenije iz državnega proračuna.

7 LITERATURA

Antončič, B., Auer Antončič, J., Juričič, D. (2015). *Družinsko podjetništvo: značilnosti v Sloveniji*. Ljubljana: Ernst & Young.

Antončič, B., Bratkovič Kregar, T., Singh, G. & DeNoble, A. F. (2015a). The big five personality-entrepreneurship relationship: Evidence from Slovenia. *Journal of Small Business Management*, 53(3), 819–841.

Baucus, M. S. & Cochran, P. L. (2009). An overview of empirical research on ethics in entrepreneurial firms within the United States. *African Journal of Business Ethics*, 4(2), 56–68.

Bhide, A. (1996). The questions every entrepreneur must answer. *Harvard Business Review*, 74(6), 120–130.

Buchholz, R. A. & Rosenthal, S. B. (2005). The spirit of entrepreneurship and the qualities of moral decision making. *Journal of Business Ethics*, 60(3), 307–315.

Bučar, B. & Hisrich, R. D. (2001). Ethics of business managers vs. entrepreneurs. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 6(1), 59–82.

Bučar, B., Glas, M. & Hisrich, R. D. (2003). Ethics and entrepreneurs: An international comparative study. *Journal of Business Venturing*, 18(2), 261–281.

Carraher, S. M. (2011). Turnover prediction using attitudes towards benefits, pay, and pay satisfaction among employees and entrepreneurs in Estonia, Latvia, and Lithuania. *Baltic Journal of Management*, 6(1), 25–52.

Ciulla, J. B. (2003). *The Ethics of Leadership*. Belmont, CA: Wadsworth/Thomson.

Dunham, L., McVea, J. F. & Freeman, R. E. (2008). Entrepreneurial wisdom: Incorporating the ethical and strategic dimensions of entrepreneurial decision-making. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 6(1), 8–19.

BusinessDictionary (2019) Ethical standards. BusinessDictionary.com. (najdeno 24.3.2019 na <http://www.businessdictionary.com/definition/ethical-standards.html>).

Fisscher, O., Frenkel, D., Lurie, Y. & Nijhof, A. (2005). Stretching the frontiers: Exploring the relationships between entrepreneurship and ethics. *Journal of Business Ethics*, 60(3), 207–209.

Fritzsche, D. J. (1995). Personal values: Potential keys to ethical decision making. *Journal of Business Ethics*, 14(11), 909–922.

Goleman, D. (1998). *Working with Emotional Intelligence*. New York, NY: Bantam.

Grasso, L. P. & Kaplan, S. E. (1998). An examination of ethical standards for tax issues. *Journal of Accounting Education*, 16(1), 85–100.

Harris, J. D., Sapienza, H. J. & Bowie, N. E. (2009). Ethics and entrepreneurship, *Journal of Business Venturing*, 24(5), 407–418.

Henle, C. A., Giacalone, R. A. & Jurkiewicz, C. L. (2005). The role of ethical ideology in workplace deviance. *Journal of Business Ethics*, 56(3), 219–230.

Hicks, S. R. C. (2009). What business ethics can learn from entrepreneurship. *The Journal of Private Enterprise*, 24(2), 49–57.

Kets de Vries, M. F. R. (1985). The dark side of entrepreneurship. *Harvard Business Review*, 63(6), 160–167.

Lahdesmaki, M. (2005). When ethics matters – Interpreting the ethical discourse of small nature-based entrepreneurs. *Journal of Business Ethics*, 61(1), 55–68.

Li, C. (2013). Ethical leadership in firms: Antecedents and consequences. Doctoral Dissertation. Tuscaloosa, AL: University of Alabama Libraries.

Longenecker, J. G., McKinney, J. A. & Moore, C. W. (1988). Egoism and independence: Entrepreneurial ethics. *Organizational Dynamics*, 16(3), 64–72.

Shaver, K. G. & Scott, L. R. (1991). Person, process, choice: The psychology of new venture creation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 27(2), 23–45.

Surie, G. & Ashley, A. (2008). Integrating pragmatism and ethics in entrepreneurial leadership for sustainable value creation. *Journal of Business Ethics*, 81(1), 235–246. <https://doi.org/10.1007/s10551-007-9491-4>.

Stephan, U. & Roesler, U. (2010). Health of entrepreneurs vs. employees in a national representative sample. *Journal of Occupational & Organisational Psychology*, 83(3), 717–738.

Taylor, P. W. (1975). *Principles of Ethics: An Introduction*. Encino, CA: Dickson Publishing Co.

Trevino, L. K. & Nelson, K. A. (2010). *Managing Business Ethics: Straight Talk about How to Do It Right, 5th Ed.* Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, Inc.

Trevino, L. K., Hartman, L. P. & Brown, M. (2000). Moral person and moral manager: How executives develop a reputation for ethical leadership. *California Management Review*, 42(4), 128–142.