

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

DIPLOMSKO DELO

ANALIZA DRUŽBENE ODGOVORNOSTI IN ETIČNOSTI
PODJETJA MONSANTO

Ljubljana, september 2010

PETRA ILGO

IZJAVA

Študent/ka _____ izjavljam, da sem avtor/ica tega
diplomskega dela, ki sem ga napisal/a pod mentorstvom _____
_____, in da dovolim njegovo objavo na fakultetnih spletnih
straneh.

V Ljubljani, dne _____ Podpis: _____

KAZALO

UVOD	1
1. DRUŽBENA ODGOVORNOST	1
1.1 Zgodovinski razvoj družbene odgovornosti	2
1.2 Definicije družbene odgovornosti	2
1.3 Oblike družbene odgovornosti	3
1.4 Področja družbene odgovornosti	4
1.5 Argumenti za in proti družbeni odgovornosti	4
2. POSLOVNA ETIKA.....	5
2.1 Zgodovinski razvoj poslovne etike	6
2.2 Definicije poslovne etike.....	6
2.3 Oblikovanje poslovne etike v podjetju.....	6
2.4 Viri etičnih konfliktov	7
2.5 Reševanje etičnih dilem	8
3. ANALIZA PODJETJA MONSANTO	9
3.1 Izdelki, panoge in poslovno okolje	9
3.2 Finačna analiza.....	11
3.3 R&D oddelek.....	13
3.4 Analiza etičnosti in družbene odgovornosti podjetja	13
3.4.1 Negativne strani poslovanja	14
3.4.2 Pozitivni učinki poslovanja	18
4. KOMENTAR ANALIZE.....	21
SKLEP.....	23
LITERATURA IN VIRI.....	24

Kazalo slik

Slika 1: Piramida družbene odgovornosti	3
Slika 2: Najbolj znane znamke.....	10
Slika 3: Razpredelnica različnih značilnosti semen	10
Slika 4: Herbicid Roundup v različnih pakiranjih.....	11
Slika 5 : 3 komponente njihovega raziskovanja.....	13

Kazalo tabel in grafov

Tabela 1: Osnovni finančni podatki za leta v milijonih dolarjev.....	12
Tabela 2: Neto prodaja v segmentu Semena in njihove značilnosti v milijonih dolarjev .	12
Tabela 3: Neto prodaja v segmentu Kmetijska produktivnost v milijonih dolarjev	13

UVOD

Nekoč sta bila koncepta etičnega in družbenoodgovornega poslovanja nepomembna, danes sta to pojma, ki sta močno zasidrani v modernem poslovnem svetu. Jasno je, da sta koncepta poslovne etike in družbene odgovornosti zelo povezana. V literaturi sem zasledila možnosti, da je poslovna etika del družbene odgovornosti in obratno. Mislim, da oba koncepta opominjata podjetje, da tu ni samo za to, da izpolnjuje svojo prvotno odgovornost proizvodnje in zagotavljanja delovnih mest, ampak tudi zato, da v svoje delovanje vključi tudi skrb za družbo in okolje, na katera seveda vpliva s svojim poslovanjem.

Izmed vseh področij družbene odgovornosti se bom ukvarjala s poslovno etiko, saj je podjetje Monsanto, ki se ukvarja z biotehnologijo na področju kmetijstva, iz tega vidika zelo zanimivo. Njihove poslovne prakse domnevno daleč presegajo etični in verjetno tudi zakonodajni okvir (za zdaj jim ni še nič dokazano na sodiščih). Problematičen je tudi z vidika ekologije, saj še vedno ne vemo, kakšni so dolgoročni učinki njihovih škropiv v kombinaciji z GSO-ji (gensko spremenjenimi organizmi) na človeško telo, živali in naravno okolje.

V tej diplomski nalogi se bom posvetila raziskovanju področja poslovne etike in družbeno odgovornega poslovanja, konkretno na primeru podjetja Monsanto. Je njihov negativen sloves v medijih in poslovnem svetu upravičen? Ali obstajajo tudi pozitivne aktivnosti, ki jih podjetje izvaja? Cilj naloge je ugotoviti, ali se podjetju Monsanto dela krivica s tem, ko se podjetje in njihovo poslovanje označuje za neetično in družbeno neodgovorno.

Struktura je sledeča: po uvodu sledi poglavje o družbeni odgovornosti, ki je razdeljeno na podpoglavja o razvoju, definicijah in oblikah koncepta. Na koncu sledi podpoglavje za in proti družbeni odgovornosti. Naslednji sklop je posvečen poslovni etiki in razdeljen na podpoglavja o razvoju, definicijah, oblikovanju poslovne etike, virih etičnih konfliktov in reševanju etičnih konfliktov. Zadnji sklop predstavlja analizo podjetja Monsanto in je razdeljen na podpoglavja o njihovih produktih in panogah ter finančni analizi in analizi poslovanja, ki predstavi pozitivne in negativne vidike poslovanja podjetja. Sledi sklep, viri in literatura ter priloge.

1. DRUŽBENA ODGOVORNOST

Adam Smith je v svojem delu Bogastvo narodov že leta 1774 razmišljal o podobnem konceptu in ta je, da vsak posameznik ne želi promovirati javnih interesov, niti ne ve, v kakšni meri to zares počne. Posameznika namreč vodi želja po lastni dobrobiti in finančni varnosti. Pri doseganju tega ga vodi »nevidna roka«, končni rezultat pa je, da promovira nekaj, česar sprva ni imel v mislih. S tem, ko zasleduje svoje interese, nehot

zasleduje tudi interese celotne družbe. Zakaj kmet goji krompir na polju? Gotovo ne zato, ker bi imel rad druge, vendar zato, ker ima rad sebe, svojo družino in ve, da bo krompir lahko prodal ter s tem zaslužil denar. Naše povpraševanje daje drugim ljudem pobudo, da proizvedejo to, kar želimo. Pobude in povpraševanje pa so osnova v tržnem ekonomskem sistemu. V Smithovem času še ni bilo problemov, s katerimi se srečujemo danes in družbena odgovornost podjetij je preprosto bila, da zadovoljijo potrebe svojih potrošnikov in ob tem delajo dobiček

1.1 Zgodovinski razvoj družbene odgovornosti

Področje družbene odgovornosti so prvič začeli sistematično spremljati leta 1950, ko so raziskovali, kako menedžerji vodijo podjetja, upoštevajoč okolje in družbo. Skušali so ugotoviti kakšne so prave odgovornosti podjetja. V 80' letih je bil večji poudarek na tem, da je vloga podjetja, da deluje odgovorno. V 90', kjer so v ospredje prihajala vprašanja o onesnaževanju okolja, se je od podjetij pričakovalo, da bodo bolj dejavna na tem področju. V današnjem času pa gre za » Splošno mnenje, da imajo podjetja odgovornost za javno dobro« (Blowfield & Murray, 2008, str.12)

Alan White (2005, str.1-3) piše o treh možnih scenarijih razvoja. Scenarij modne muhe pravi, da se bo gibanje družbene odgovornosti vrnilo k socialnim ukrepom, dobrodelnosti in državnim ukrepom. Po integriranem scenariju bo družbena odgovornost postala sestavina odločanja in kulture podjetja. Po prehodnem scenariju pa bo še naprej ključno povečevanje dobička, vendar ne na račun ostalih deležnikov.

1.2 Definicije družbene odgovornosti

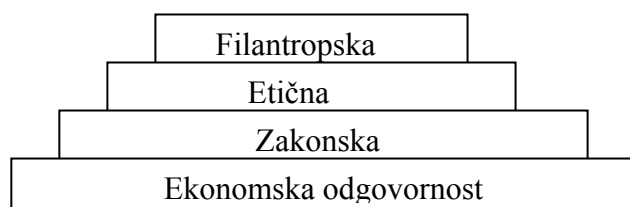
Obstaja mnogo definicij za ta koncept, vsem pa je skupna osnova dveh načel in sicer prvo je načelo dobrodelnosti, ki pravi, da naj bi bili bogatejši poklicani pomagati revnejšim, načelo zaupništva pa pravi, da naj bi številni menedžerji videli sebe v vlogi javnega skrbnika, ki deluje v interesu javnosti. (Friederick, Davis in Post, 1988, str.28-29) Osnovna definicija bi lahko bila, da morajo menedžerji ravnati tako, da zaradi njihovih odločitev in dejanj organizacije prispevajo tudi k dobrobiti širše družbene skupnosti (Kaše, Lipičnik, Mihelič & Zupan, 2007, str.132).

Jaklič (1999, str.276) govori o upoštevanju vseh interesnih skupin in pravi, da je družbeno odgovorno podjetje tisto, ki je odgovorno do vseh subjektov sovplivanja in tistih, ki so kakorkoli vpleteni v poslovanje podjetja. Post, Lawrence in Weber (2002, str. 58) menijo, da mora biti podjetje odgovorno za vsa svoja dejanja, ki škodijo ljudem, skupnosti in okolju. Vse slabe stvari, ki so povzročene, mora podjetje priznati in skušati popraviti. Heal (str.1, 2008) trdi, da se družbena odgovornost ne zgodi sama od sebe, podjetja rabijo pobudo od javnosti/ družbe, zakonodaje in delovanja netržnih sil pravosodnega sistema.

1.3 Oblike družbene odgovornosti

Jaklič (2005, str. 275-277) predstavi štiri oblike družbene odgovornosti in sicer **ekonomsko, zakonsko, etično in filantropsko**. Avtor oblike predstavi v obliki piramide družbene odgovornosti.

Slika 1: Piramida družbene odgovornosti



Vir: Jaklič, Poslovno okolje podjetja, 2005, str. 277.

Na spodnjem mestu se nahaja najpomembnejša in prva odgovornost podjetja; podjetje mora proizvajati proizvode in storitve, ki jih družba potrebuje in je za njih pripravljena plačati določeno ceno. S tem poskušamo dolgoročno zagotavljati dobičke, preko katerih potem lahko izvajamo druge dimenzije družbene odgovornosti in hkrati zadovoljimo ostale deležnike v podjetju. Najbolj družbeno neodgovorno je tisto podjetje, ki posluje z izgubo.

Na drugem mestu se nahaja odgovornost spoštovanja zakonov, ki so za podjetja predpisana. Družbena odgovornost zahteva, da se teh pravil držijo. Poslovni svet potrebuje zakone kot neko vodilo, ki veljajo za vse. Če se zakoni ne upoštevajo, se zadeve rešujejo na sodiščih. Zakon na vseh področjih je minimum, ki ga mora upoštevati vsako podjetje. Etična odgovornost se veže na tiste aktivnosti in prakso, ki jo zagovarja in izvaja družba, niso pa zapisane v zakonu. Poslovna etika govori o tem, kako naj ljudje v poslovnem svetu ravnajo, kadar se znajdejo na razpotju med različnimi vrednotami. Gre za kodekse, standarde, vrednote v podjetju, ki določajo, kako se bo podjetje obnašalo do zaposlenih, kupcev, poslovnih partnerjev, konkurentov, itd.

Aktivnosti v okviru filantropske odgovornosti so popolnoma prostovoljne narave. Podjetje se lahko samo odloči, katere smotre ali organizacije želi podpreti finančno/materialno/duhovno. Podjetje ni odvisno od nobenega zakona in predpisov. Podjetja, ki podpirajo tovrstno odgovornost, imajo zagotovo boljši položaj in ugled v družbi.

Tudi dvojec Blowfield in Murray (str. 24-31, 2008) predstavi teorijo z štirimi osnovnimi odgovornostmi. Vprašata se, zakaj bi morale biti podjetja odgovorna? Poudarita spisek področij, katerim morajo podjetja danes posvečati veliko pozornosti. Področja so: poslovna etika, upoštevanje zakonov, okolijski management, filantropija, trajnost poslovanja, pravice živali, pravice ljudi, pravice delavcev in sociala, tržne povezave, korupcija, vodenje podjetij.

1.4 Področja družbene odgovornosti

Poznamo 5 področij družbene odgovornosti. Prvo področje je **poslovna etika**, kamor spada trgovina 3muhe, ki deluje na principu fair trade, ki deprivilegiranim proizvajalcem omogoča dostojno preživetje. K trajnostnem razvoju prispeva s tem, da ponuja boljše pogoje prodaje in zagotavlja pravice marginaliziranih proizvajalcev in delavcev.

Na področju **ekologije in varstva okolja** je dejaven Simobil z akcijo Re.misli, ki ponuja telefone, ki se polnijo na sončno energijo, omogočajo pravilno recikliranje starih telefonov, baterij in polnilnikov. Novost je tudi e-račun, na ta način se mesečna poraba zmanjša za 1eur, v podjetju pa zagotavljajo, da lahko s tem rešimo 22 dreves mesečno, saj je poraba papirja manjša.

Odnose z lokalno skupnostjo kvalitetno vzdržuje družba Mobitel, ki v Ljubljani podpira mnoge projekte, npr. Liffe, Festival Ljubljana, Maturantska parada, Lutkovno gledališče Ljubljana, praznično darilo Mladinskemu domu Malči Beličeve, nakup aparata za video EEG in kasetnega EEG aparata.

Skrb za **notranje okolje in zaposlene** v podjetju ponazarja družba Google, ki ima nediskriminatorno politiko zaposlovanja in omogoča delo različnim profilom ljudi, ki pa imajo vsi različne potrebe. Tako imajo posebne WC-je za transeksualce, sobe za mame in otroke, družinske programe, trudijo se, da so prostori primerni za zaposlene, ki so na vozičkih. Podjetje prav tako omogoča fleksibilne urnike, kar pride prav mnogim zaposlenim mamam in očetom.

Odnosi s kupci so zelo pomembni. Merkur d.d ima vse zahtevane standarde: 1994: ISO 9002, 1997: ISO 9001, oddelek za stike s potrošniki, strategijo reševanja pritožb in reklamacij, usposabljanje zaposlenih za to dejavnost, sodelovanje z gibanjem za zaščito potrošnikov ter obveznost podjetja, da seznani kupce s škodljivostjo ali varnostjo izdelkov (Seminar 8, Poslovno okolje, Blaž Zupan, EF, 2009).

1.5 Argumenti za in proti družbeni odgovornosti

Dejstvo je, da je delanje »pravih stvari« vedno lahko dobičkonosno, medtem ko neodgovorno obnašanje lahko vodi do neugodnih posledic za podjetje. Pa vendar, zakaj potem podjetja to vseeno počnejo? Poznamo šolske primere podjetij, ki so tako ali drugače goljufala in za to plačala ceno npr. *Enron*, *Worldcom*. itd Družbena odgovornost lahko na eni strani zmanjšuje dobiček podjetja, po drugi strani pa pomaga povečati dobičkonosnost podjetja skozi druge kanale. Post et al (2002, str. 64-69), Jaklič(2005 str. 278,279) in Zupan(seminar št. 8, EF, 2009) nam predstavijo argumente za in proti.

Za družbeno odgovornost

- Uravnoteženje moči in odgovornosti: Nekatera podjetja postanejo premočna in svoje interese usmerjajo v področja, ki niso ugodna za celotno družbo, ampak za njih same.
- Omilitev državne regulacije: Prostovoljna dobra dela s strani podjetij lahko sama po sebi zmanjšajo količino državnih regulacij, saj državne regulacije običajno za seboj potegnejo

dodatne stroške in omejujejo fleksibilnost v odločanju. Tako pa podjetje naredi nekaj za javno dobro in hkrati obdrži fleksibilnost v poslovanju.

- Povečanje dolgoročnih dobičkov: pravilna alokacija sredstev podjetja za razne družbeno odgovorne aktivnosti lahko podjetju v prihodnosti zelo koristi in prinese dobiček na dolgi rok.
- Upoštevanje zahteve interesnih skupin: V središču so zahteve za čisto okolje, pravičnost na delovnem mestu in druge socialne teme. Tako so se podjetja primorana hitreje in bolje prilagajati zahtevam različnih interesnih skupin.
- Podjetja imajo moralno in družbeno odgovornost, da odpravijo probleme, ki so jih povzročila okolju in družbi. Te odgovornosti naj se pokažejo tudi v praksi.
- Izboljšanje javne podobe podjetja
- Privabljanje novih investorjev, poslovnih partnerjev, zaposlenih

Proti družbeni odgovornosti

- Primarna dejavnost podjetja je ustvarjanje dobička in storitev/proizvodov. S tem nastanejo stroški, družbena odgovornost jih še poveča. Lahko se zmanjša učinkovitost in s tem konkurenčnost ter dobiček, če dajejo prednost stvarjem, ki so družbeno koristne, a hkrati za podjetje ekonomsko neučinkovite.
- Neenaki stroški med konkurenti: Podjetje se odloči za nakup reciklirne naprave.
- Konkurent se za to ne odloči in ima posledično manj stroškov in večji dobiček. Problem je še posebej moteč z globalne perspektive, kjer ima vsaka država drugačne zakone in zahteve za podjetja.
- Vnašanje prikritih stroškov v družbo: Mnoge družbeno odgovorne aktivnosti se ekonomsko ne izplačajo, stroške potem lahko krijejo delničarji, zaposleni, potrošniki.
- Zaposleni so strokovnjaki na svojih področjih in nespametno je od njih zahtevati naj rešujejo socialne probleme, če nimajo izkušenj in izobrazbe. Lahko naredijo več slabega kot dobrega, kar lahko rezultira v večjih stroških in poslabšanem ugledu podjetja.
- Je podjetje odgovorno? Namreč, sestavljajo ga posamezniki in ti so tisti, ki sprejemajo ključne odločitve. Zakaj torej kriviti podjetje kot celoto, če so odgovorni posamezniki?
- Podjetja, ki imajo veliko ekonomsko moč, si lahko s pomočjo družbene odgovornosti pridobijo tudi veliko družbeno moč in s tem večji vpliv.
- Ustvarjanje zmede in neupravičenih pričakovanj javnosti
- »Greenwashing«, podjetja v želji, da bi sledila trendom, svoje izdelke in storitve predstavlja kot okolju prijazne, čeprav to v resnici niso.

2. POSLOVNA ETIKA

Diskusije o poslovni etiki so pomembne in nujne, saj se pogosto zgodi, da poslovanje postane neetično ter ni v interesu naravnega in družbenega okolja, v katerem podjetje deluje. Gre za nek sistem norm, vrednot, prepričanj, ki se aplicirajo v podjetjih, je okvir za podjetniško družbeno odgovornost. Spreminjajoča narava poslovanja sveta predstavlja vedno nove etične izzive na področju poslovanja v različnih državah, kulturah, novih industrijah kot sta biotehnologija in informacijska tehnologija. Osnova je upoštevanje zakonov in

implementacija kodeksov obnašanja ter vrednot v podjetje. Vse to vodi podjetja, da skušajo dobiček narediti na način, ki ni škodljiv posameznikom in širši družbi.

2.1 Zgodovinski razvoj poslovne etike

V 60' letih prejšnjega stoletja se je svet spopadal z Vietnamsko vojno, onesnaženjem, porastom potrošništva. Mnogi so menili, da podjetjem primanjkuje »socialna zavest« in da škodujejo planetu na mnoge načine. Poslovne šole so se na to odzvale s študijem socialne odgovornosti in poslovanja. V 70' letih so že organizirali konference, posvetovanja na univerzah. Izraz poslovna etika so prevzeli od medicine, kjer poznamo zdravniško etiko. Mnogi so dvomili v ta koncept, ampak oblikovali so nove študijske smeri, napisali so prve knjige, ustanovili prva društva ter časopise in počasi se je tema zasedla v poslovnem svetu. V 80' je poslovna etika postala gibanje, do 90' let je naraslo število podjetij z etičnimi kodeksi, etičnimi uradniki, etični komiteji v upravnem odboru. Danes je etika v poslovanju zelo pomembna. Z hitrim širjenjem informacij po svetu in trgih si nobeno podjetje ne želi poslovati neetično v očeh javnosti (De George, 1999 str. 17-18).

2.2 Definicije poslovne etike

Obstaja mnogo definicij poslovne etike. Daft pravi, da je to zbor moralnih načel in vrednot, ki usmerjajo vedenje posameznika ali skupine z obzirom na to, kaj je prav in kaj narobe. (v Kaše et al, 2001, str.326) Poslovno etiko sestavljajo načela in standardi, ki usmerjajo vedenje posameznikov in skupin znotraj podjetja. Menedžerji, zaposleni, potrošniki, vlade, poslovni partnerji in druge interesne skupine vse prispevajo k tem konvencijam, te pa se skozi čas spreminjajo. (Thorne et al, 2003, str. 132).

Blowfield & Murray (2008, str.18) pravita, da se poslovna etika ukvarja z obnašanjem posameznikov kot članov organizacije in družbe, ukvarja pa se tudi z vrednotami podjetja kot celote. Tavčar (2008, str.53) pravi, da je poslovna etika koristna, saj razvija vodila, ki vodijo h kar največjim koristim za ljudi v družbenem sistemu, če se jih drži večina v takšnem sistemu. Te koristi omogočajo ljudem in podjetjem, da preživijo in se razvijajo fizično, psihično, družbeno, gospodarsko, politično, moralno, umetnostno in še kako. Lay (1989, str.10-17) pravi, da sta etika in morala v družbi in posebej v poslovnem svetu nujni, koristni in možni.

2.3 Oblikovanje poslovne etike v podjetju

Daft pravi, da je etično delovanje podjetja odvisno od različnih dejavnikov (v Kaše et al., 2007, str.133).

Prvi dejavnik je **osebna etika članov organizacije**, saj ima tu nacionalna kultura velik vpliv na delovanje posameznika in organizacije. Vsak ima svoje osebne vrednote in prepričanja. Če živim v Sloveniji, se moje vrednote in družbene norme razlikujejo od nekoga, ki živi v Rusiji. Tako se v velikih multinacionalkah, ki delujejo v mnogih državah hkrati, kažejo razlike v

vedenju in delovanju posameznikov (Kaše et al., 2007, str. 139). Drugi dejavnik, **organizacijska kultura podjetja** je osnova za postavitve nekega sistema vrednot, ki je v skladu z družbenimi in etičnimi ter poslovnimi normami. Rozman, Kovač in Koletnik(1993,str.169) pravijo, da ta zajema celovit sistem norm, vrednot, predstav, prepričanj in simbolov, ki določa način obnašanja in odzivanja na probleme vseh zaposlenih in s tem oblikuje pojavno obliko podjetja. Cilj podjetja je ustvariti kulturo, ki bo vodila k uspešnosti podjetja in ki bo usmerjala zaposlene, da se pravilno odločajo v raznih etičnih dilemah. Etičnih dilem je več vrst, Jaklič (2005 str. 282,) jih deli na: vsakodnevne dileme v odnosih med ljudmi, etične dileme podjetja in etične dileme po funkcijskih področjih v podjetju. Pri oblikovanju kulture je ključno delo vrhnjega menedžmenta, ki mora s svojim zgledom in delom uveljavljati vrednote, ki so za podjetje pomembne. Tretji dejavnik je **formalna organizacija**. Tu so elementi organizacije in njihovi odnosi definirani od zunaj. Elemente in odnose je oblikoval konstruktor organizacije, po njih pa bi se morali ravnati vsi udeleženi. Ti elementi so recimo organizacijska struktura, sistem nagrajevanja in napredovanja. Preko vplivanja na podjetje delujejo **interesne skupine s svojimi pričakovanji**, označimo jih za zunanje, kamor spadajo konkurenti, poslovni partnerji in vlada ter notranje, kamor uvrstimo vse zaposlene. Ker njihovi interesi vplivajo na uspešnost, jih menedžment upošteva pri obvladovanju podjetja. Etični problemi izvirajo predvsem iz konfliktov interesov med primarnimi in sekundarnimi interesnimi skupinami. Problemi se pojavljajo v konkretnem poslovanju in se kažejo npr. v podkupninah, neprimernem oglaševanju, odnosu do naravnega okolja, politike, itd. (Jaklič, 2005, str. 281).

Blowfield & Murray (2008, str. 18) opozarjata, da na etično delovanje organizacije vplivajo tudi globalizacija, družbena odgovornost in trajnostno poslovanje.

Etično delovanje ni pomembno le pri večjih odločitvah in dejanjih. Tudi pri vsakdanjem delu moramo ravnati etično, saj s tem oblikujemo svoj notranji občutek za to, kaj je prav in kaj narobe. Če se navadimo na majhne laži, se nam kmalu tudi večje ne zdijo več problematične. Večkrat ko ravnamo neetično, pa četudi pri navidez nepomembnih stvareh, bolj se spusti naš prag etičnih vrednot in počasi ne znamo več razlikovati med dobrim in slabim. Prav zato je pri oblikovanju kulture etičnega poslovanja najbolj pomembno delovanje vrhnjega menedžmenta, ki mora razvijati in s svojim zgledom uveljavljati tiste vrednote, ki jih želi vnesti v organizacijsko kulturo (angl. *value based leadership*) (Kaše et al., 2007, str. 133).

2.4 Viri etičnih konfliktov

Tavčar (2008, str. 51-53) pravi, da so vir etičnih dilem različna tveganja; potrošniško, kamor spadajo nevarni izdelki in storitve. Tveganje obstaja pri zaposlenih zaradi nevarnosti pri delu. Potem obstaja tveganje za okolje, kamor spadajo plini, sevanje, trušč, kemikalije ter tveganje za vlagatelje; delnica lahko izgubi na vrednosti, nepremičnina na tržni vrednosti itd. Pri delovnih razmerjih nas lahko diskriminirajo na podlagi spola, rase, veroizpovedi, materinstva, lahko se pojavi spolno ali drugo nadlegovanje, krivice pri odpuščanju, odpravninah, etične

dileme pri varovanju poslovnih skrivnosti. Tveganje obstaja pri mednarodnem poslovanju, kjer je treba upoštevati razlike v kulturi, predpisih, zakonih, obnašanju. Tudi ravnanje z informacijami postaja pomembno etično področje, lahko jih prikrivamo, z njimi zavajamo, jih ponaredimo, z njimi grozimo, manipuliramo itd. Delovanje podjetja v različnih okoljih; naravno, kulturno, politično in prilagajanje vsakemu posebej predstavlja tveganje.

Etične dileme in vprašanja so prav tako pogoste v poslovnem kot v navadnem življenju. Managerji in zaposleni so postavljeni pred mnoga vprašanja in probleme, morajo jih rešiti oz. preprečiti na najboljši možen način. Njihova dejanja so presojana s strani poslovnega sveta in javnosti. Problem je, ker se delanje pravih stvari v praksi razlikuje od teorije. V teoriji vsi vedo pravi odgovor, v praksi pa ne. Post et al. (2002, str. 112-116) nam razložijo, kateri dejavniki vplivajo na nastanek etičnih konfliktov.

Osebni interesi vedno povzročajo probleme. Podjetja včasih zaposlujejo ljudi z nizkimi etičnimi standardi. Taki bodo svojo dobrobit vedno postavili na prvo mesto pred druge zaposlene in interese podjetja. To so »etični egositi«, ki ignorirajo etična načela in vrednote, ki so pomembne za podjetje, ker mislijo, da veljajo za vse, razen za njih same. To lahko predstavlja problem pri zaposlovanju novih kandidatov. V drugo skupino dejavnikov spada **pritisk konkurence** na dobiček podjetja, namreč, ko se podjetja soočijo z ostro konkurenco, se marsikdaj začnejo ukvarjati z neetičnimi aktivnostmi, da bi zavarovala svoj dobiček in položaj na trgu. To se lahko zgodi najbolj uspešnim in tudi tistim s finančnimi težavami. Tretja skupina dejavnikov je tista, ko **poslovni cilji pridejo navzkriž z osebnimi vrednotami**. Etični konflikt se lahko pojavi, ko podjetja zasledujejo cilje ali uporabljajo določene metode, ki so v nasprotju z vrednotami, prepričanji njihovih zaposlenih. Zaposleni meni, da ga podjetje prosi, naj počne stvari, za katere meni, da bodo škodovala njemu, zaposlenim in podjetju. Četrta skupina dejavnikov so **kulturne razlike**. Danes vedno več podjetij posluje globalno. Poslovati globalno pomeni, da se zavedamo vseh razlik; kulturnih, pravnih, poslovnih. In tu se pojavi dilema; ali je nekaj neetično povsod po svetu ali se dojemanje tega ter načela razlikujejo? Zato se prav tu največkrat srečamo s problemi. Menedžerje in zaposlene je treba ustrezno izobraziti in podučiti o kodeksih in načelih, ki jih upošteva njihovo podjetje in okolje, v katerem delujejo, da se bodo lahko tovrstnim zadevam izognili ali pa znali z njimi opraviti.

2.5 Reševanje etičnih dilem

Kako se izogniti tovrstnim dilemam? Vsako podjetje se drugače spopada z situacijo, nekatera uvedejo t.i. etičnega direktorja, nekatera imajo etične uradnike, ki skrbijo za to področje. Predvsem pa je pomembno, kakšno kulturo in vzorce obnašanja gradimo v podjetju. Brez skupnega videnja vrednot in obnašanja, ki je primerno ter zaželeno, se lahko hitro zgodi, da se interesi podjetja in okolja križajo. Po navadi je poslovna etika opisana kot nekaj, kar moramo doseči, namesto, da bi bila že v osnovi integrirana v strategiji, kulturi, delovanju podjetja. Dihajmo in živimo ta načela in vrednote! (Blowfield & Murray, 2008, str. 65)

3. ANALIZA PODJETJA MONSANTO

Monsanto, ki ima sedež v mestu St.Louis, Missouri je leta 1901 ustanovil veteran farmacevtske industrije John Francis Queeny. Na začetku so se ukvarjali s proizvodnjo sestavin za pijačo Coca-Cola, kasneje so začeli poslovanje širiti na področje kemijske industrije s proizvodnjo različnih spojin, herbicidov, gume, sintetičnih vlaken. Sledilo je sodelovanje z ameriško vojsko v raziskavah za jedrska orožja in proizvodnjo Agent Orange(kemijska spojina)..Verjetno najpomembnejši dogodek v zgodovini podjetja je, da so leta 1982 Monsantoovi znanstveniki prvič v zgodovini človeštva modificirali rastlinsko celico in tako načrtali novo usmeritev podjetja.

Monsanto je danes glavno podjetje v proizvodnji in raziskavah **gensko spremenjenih organizmov**, v katerih je z uporabo sodobnih metod genskega inženiringa vnesen točno določen gen za točno določeno lastnost iz nekega drugega organizma.**GSO** so lahko mikroorganizmi (bakterije, glive, virusi), rastline ali živali. Pri Monsanto gensko spremenjeni organizmi obsegajo semena koruze, bombaža, soje, oljne ogrščice, žit, sadja in zelenjave. Njihovo poslanstvo je, da želijo skozi inovacije in tehnologijo pomagati kmetovalcem zmanjšati vpliv kmetovanja na zemljo in hkrati pridelati kakovostnejši, bolj zdrav in količinsko večji pridelek

V tem času mu je uspela preobrazba iz manjšega podjetja v vodilnega giganta kemijske in agrikulturne industrije ter na področju biotehnologije. Tako imajo danes približno 22.000 zaposlenih in podružnice, raziskovalne centre, povsod po svetu. Njihova strategija nakupov lokalnih podjetij, ki se ukvarjajo s proizvodnjo semen, se je izkazala za uspešno. Podjetja potem pridobijo licenco, ki jim omogoča »vstavljanje« patentiranih genov v njihove rastline. Hkrati pa Monsanto v pogodbe o sodelovanju vključi tudi klavzulo o tem, da ne smejo sodelovati ali prodajati semen njihovih konkurentov. Tovrstna tehnika poslovanja je predmet mnogih tožb, ki so jih posredovali njihovi konkurenti. Trdijo, da Monsanto omogoča monopolni položaj, ki ni v skladu z zakoni ZDA na tem področju.

Zaradi genskih raziskav in genskega spreminjanja rastlin, semen in živali so postali tarča številka ena različnih aktivističnih skupin in okolijskih gibanj po svetu. Lepo sliko kvarijo tudi politična lobiranja in ostra ter agresivna politika na sodiščih, saj je bilo podjetje nemalokrat tožnik ali obtoženec v različnih sodbah in s tem povezanih škandalih širom po svetu. Vse to naredi Monsanto eno najbolj znanih in kontroverznih podjetij našega časa (Monsantova spletna stran, 2010).

3.1 Izdelki, panoge in poslovno okolje

Monsanto se uvršča med kmetijska podjetja. Njihov posel sloni na strategiji prilagajanja značilnosti semen okolju in potrebam kmetovalcev. Konstantno iščejo nove poti, kako maksimirati donos semen in tehnologije, ki bi zavarovale ta donos. Potrebe in zahteve svojih odjemalcev zadovoljujejo v dveh poslovnih segmentih.

Semena in njihove značilnosti

- Semena bombaža, koruze, soje, oljne ogrščice, žit

Ponazorimo na primeru koruze, kaj točno počne Monsanto s semeni rastlin. Njihovi raziskovalci poskušajo s pomočjo raznih vzrejnih tehnik, molekularnega razmnoževanja (angl. *marker-assisted breeding*) in tehnoloških orodij kot so genomi in analiza pridelka odkleniti potencial donosa posameznega semena. Želijo, da bi vsako seme imelo maksimalen donos. Tako lahko v enem semenu skozi njihovo tehnologijo angl. *trait-stacking*, kar prevajam kot nalaganje posameznih značilnosti v seme, kmetu ponudijo »vse v enem«. Torej seme, ki je odporno na zajedavce, bolezni, vplive okolja (suša, mraz) in tolerantno do herbicidov ter je programirano tako, da omogoča največji donos. Seveda se lahko vsak odjemalec sam odloči, katere značilnosti potrebuje v semenu in lahko izbere osnovno seme ali pa dvojno, trojno različico.

Slika 2: Najbolj znane znamke



Vir: Monsanto spletna stran.

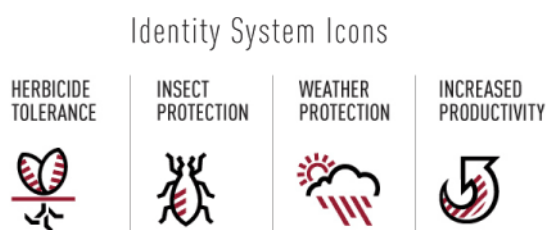
- Semena zelenjave in sadja

Monsanto želi vzgojiti semena, ki bi imela boljšo hranljivo vrednost in večji donos. Semenom lahko spremenijo okus, teksturo in hranljivo vrednost, da bi bolj ugajala končnemu uporabniku. Semena prodajajo pod znamko VISTIVE® soja, ki ji zmanjšajo vrednost slabih maščob, OMEGA-3 soja z ojačanimi omega 3 maščobnimi kislinami in SEMINIS®, kamor spadata zelenjava in sadje z ojačanim okusom, boljšo hranljivo vrednostjo.

- Značilnosti, ki varujejo seme pred zajedavci in boleznimi

Znanstveniki seme genetsko spremenijo tako, da je odporno proti zajedavcem (črvi, ki napadajo korenine, kobilice, tobačni črv, bombažni črv, roza črv, evropski koruzni molj in mnogi drugi) in raznim boleznim.

Slika 3: Razpredelnica različnih značilnosti semen



Vir: Monsanto spletna stran.

Kmetijska produktivnost

Monsantovi izdelki za varovanje pridelka za kmetije, vrtove in javne površine so narejeni tako, da pomagajo lastnikom pri obvladovanju različnih plevelov in drugih motečih rastlin. Poznamo dva glavna produkta in sicer:

- Izdelki za zaščito pridelkov: Roundup® Agricultural Herbicides

Znamka Roundup®, ki predstavlja kmetijske herbicide, je vodilni člen Monsantoovega poslovanja na področju agrikulture kemije. Kot sami pravijo, lahko izdelke uporabimo kot del programa odgovornega odstranjevanja plevela. Torej takega, ki ne škodi naravi in omogoča trajnostno kmetovanje in ima manjši vpliv na okolje. Monsanto je semena rastlin genetsko spremenil tako, da so tolerantna do spojine glyphosate, ki je glavna sestavina Roundup herbicida. Tako so ustvarili Roundup Ready Crops, ki kmetovalcem omogočajo uporabo herbicida za boj proti plevelu, brez da bi pri tem poškodovali rastlino samo.

Slika 4: Herbicid Roundup v različnih pakiranjih



Vir: Google Images, 2010.

- Izdelki za zaščito industrijskih ali okrasnih površin kot so npr. golf igrišča, živalski vrtovi, parki in druge velike zelene površine (Monsantoova spletna stran, 2010).

3.2 Finančna analiza

Kot lahko vidimo v tabeli 1, podjetje vsako leto posluje boljše. Držijo se svojih ciljev in obljub do delničarjev, vsako leto se zaslužek delnice poveča in vsako leto so beležijo rast svojih neto prihodkov. V letu 2009 se je neto prodaja povečala zaradi večjega povpraševanja po semenih koruze in soje v Ameriki ter večje prodaje Roundup-a in drugih herbicidov v Braziliji. Njihove poslovne strategije in komercialne prioritete so usmerjene v ponudbo semen z različnimi rešitvami, značilnostmi za različne kmetijske razmere in nove izdelke iz R&D oddelka, ki bodo poganjale dolgoročno rast podjetja.

Tabela št.1: Osnovni finančni podatki za leta 2007,2008 in 2009 v milijonih dolarjev

	2007	2008	2009	% sprememba 09 glede na 08
Neto prodaja	8,349\$	11,365\$	11,724\$	3%
EBIT	1,375\$	2,891\$	3,007\$	4%
Neto dobiček	993\$	2,024\$	2,109\$	4%
Dobiček na delnico	1,79\$	3,62\$	3,80\$	5%
Denarni tok	57\$	772\$	1,513\$	96%

Legenda: podatek o zaslužku na delnico je v dolarjih

Vir: Letno poročilo Monsanto 2009.

Iz tabele 2 je razvidna neto prodaja po posameznih segmentih semen, ki jih podjetje ponuja. Neto prodaja koruznih semen se je v letu 2009 povečala zaradi povečanja kmetijskih površin, kjer pridelujejo sojo, in povečanega povpraševanja po tovrstnih semenih. K temu je pripomogla tudi višja neto prodajna cena semen soje. Neto prodaja semen zelenjave se je v letu 2009 povečala zaradi priključitve podjetja De Ruiters in višjih neto prodajnih cen semen. Povečanje prodaje je delno motil neugodni tečaj med dolarjem in evrom.

Tabela 2: Neto prodaja v segmentu Semena in njihove značilnosti, v letih 07-09, v milijonih dolarjev

Neto prodaja/leto	2007	2008	2009
Koruzno seme	2,807\$	3,542\$	4,113\$
Seme soje	901\$	1,174\$	1,448\$
Seme bombaža	319\$	450\$	466\$
Seme zelenjave	612\$	744\$	808\$
Ostala semena	325\$	459\$	462\$
Skupna neto prodaja	4,964\$	6,369\$	7,297\$

Vir: Letno poročilo Monsanto 2009.

V tabeli 3 je razvidna prodaja v segmentu kmetijska produktivnost. V letu 2009 se je neto prodaja Roundup-a in drugih herbicidov zmanjšala, povečano prodajo so zaznali v Kanadi in Braziliji. Na svetovni ravni se je količina prodanih izdelkov zmanjšala v primerjavi z letom 2008. Razlogi za zmanjšanje prodaje v ZDA in drugih državah so povečana neto prodajna cena v večini regij in premik k uporabi cenejših, generičnih izdelkov.

Tabela 3: Neto prodaja v segmentu Kmetijska produktivnost v letih 07-09, v milijonih dolarjev

Neto prodaja/leto	2007	2008	2009
Roundup in drugi herbicidi	2,568\$	4,094\$	3,527\$
Ostali izdelki	617\$	902\$	900\$
Skupna neto prodaja	3,385\$	4,996\$	4,427\$

Vir: Letno poročilo Monsanto 2009.

3.3 R&D oddelek

Monsanto porabi za svoj oddelek R&D približno 2,6 milijona dolarjev na dan. Njihov cilj je izboljšati in predstavljati nove inovacije na področju kmetijstva. Njihovi raziskovalci želijo narediti kmetijstvo bolj donosno in dobičkonosno ter bolj učinkovito in trajnostno z manjšimi vplivi na naš planet. Njihova raziskovanja bazirajo na treh osnovnih komponentah: napredna vzreja semen, biotehnologija in nove izboljšane prakse v kmetovanju. Verjamejo, da ob izpolnitvi vseh treh še vedno obstaja možnost za povečan donos pridelkov v sezoni. Raziskovalne enote so razdeljene glede na posamezne poljščine: koruza, soja, bombaž, zelenjava in posebnosti, kamor spadajo žito, sladkorni trs in oljna ogrščica. Podjetje je resno vzelo napovedi Združenih narodov, da bo treba do leta 2050 podvojiti proizvodnjo hrane, da bomo lahko nahranili vedno večjo populacijo ljudi. Leta 2050 naj bi nas bilo okoli 9,3 milijarde, kar je 40% povečanje glede na današnje stanje. V Monsanto verjamejo, da je ključ rešitve v njihovih semenih, ki jih genetsko spremenijo tako, da lahko rastejo v vseh mogočih pogojih in imajo hkrati večji donos na sezono. Zavzeli so se, da bodo ustvarili semena, ki bodo podvojila svoj donos za rast porabila tretjino manj virov in da bodo pomagali revnejšim kmečkim družinam, ki uporabljajo njihove izdelke (Monsantova spletna stran, 2010).

Slika 5 : 3 komponente njihovega raziskovanja



Vir: Monsanto spletna stran, 2010.

3.4 Analiza etičnosti in družbene odgovornosti podjetja

Trg genetsko spremenjenih poljščin je v zadnjih letih postal milijardna industrija, v kateri se Monsanto zelo dobro znajde. Največji pridelovalec semen na svetu svoje patentirane gene vstavlja v približno 95% vse soje in v 80% vse koruze, ki raste na ameriških tleh. Položaj št. ena na trgu pa branijo tudi tako, da izvajajo oviranje distribucije izdelkov njihovih konkurentov DuPont Co., Syngenta, BASF SE, Bayer CropScience AG itd. Nova podjetja na ameriškem in svetovnem trgu tako zelo težko predstavijo in prodajajo svoje izdelke.

Monsanto je problematičen na dveh področjih in sicer v načinu njihovega poslovanja in njihovih produktih. Produkt je koristen in dobrodošla pridobitev prenaseljenemu planetu, a zadržki zdravstvene in ekološke narave vseeno obstajajo. Še vedno ne vemo, kakšni so dolgoročni učinki uporabe gensko spremenjenih semen in herbicida Roundup. Njihovo poslovanje predstavlja problem z vidika poslovne etike in ker domnevno(na sodiščih trditve še niso dokazane) onemogoča prosto konkurenco na dotičnem trgu.

3.4.1 Negativne strani poslovanja

Poslovne prakse

Podjetje svoj vpliv širi tako, da kupuje podjetja, ki proizvajajo semena in s tem, da je s približno dvestotimi manjšimi pridelovalci semen podpisalo pogodbe o komercialnem licenčnem sodelovanju. Pred časom so v javnost pricurljale zaupne pogodbe med Monsanto in lokalnimi pridelovalci semen, s katerimi podjetje sodeluje. Pogodbe vsebujejo mnogo klavzul, ki omogočajo Monsanto dominanten položaj. Licenčne pogodbe jim omogočajo, da lahko ta podjetja vstavljajo Monsantoove gene v svoja semena, ne pa tudi genov drugih podjetij. To drugače imenujejo angl. *stacking*. Torej, čim podjetje podpiše pogodbo z Monsanto ni več na voljo drugim podjetjem v industriji. Nemalokrat se zgodi, da take prepovedi upočasnjujejo in onemogočajo razvoj tehnologije. Morda bi bilo seme najboljše narejeno z kombinacijo dveh genov različnih ponudnikov in tako res maksimalno služilo svojemu namenu, a Monsanto to znanstvenikom prepoveduje, uporabljajo se lahko izključno njihovi geni. Oz. to lahko storijo po tem, ko dobijo pisno dovoljenje od podjetja. Prepoved velja celo za državno podprte raziskave in raziskave, ki jih izvajajo na raznih fakultetah in inštitutih.

Če se eno od teh manjših podjetij proda, se inventar rastlin z geni Monsanto takoj uniči, zato da ne bi slučajno prišli v roke konkurenci. Dajejo tudi popuste na ceno genov, če se podjetja zavežejo, da bodo v 70% semen, ki jih prodajajo vstavila Monsantoove gene. Predstavniki pravijo, da je bilo to na začetku, ko produkti še niso bili tako znani in so jih želeli promovirati pri kmetih ter da sedaj tega ne počnejo več. Pojavlja se vprašanje, koliko nadzora imajo lahko agrokemična podjetja nad proizvodnjo in distribucijo semen? Ne nazadnje je naša prehranjevalna veriga odvisna od njih. Mnogi se bojijo, da se s tem ustvarja položaj, ki je slab za trg (onemogočanje konkurence) in za kmete, ki so tako odvisni od enega ponudnika, ta pa kontrolira že tako visoke cene za semena. Tudi manjša biotehnološka podjetja priznavajo, da je zelo težko tekmovati proti takemu tekmecu z dolgoletnimi izkušnjami, kapitalom in razširjeno mrežo delovanja.

Tudi kmetje se soočajo z nemalo zahtevami, ki jih postavlja Monsanto. Omenimo njihove stroge pogoje uporabe njihovih izdelkov. Za primer lahko navedemo to, da morajo tisti, ki sadijo Roundup ready rastline, morajo zraven obvezno uporabljati herbicid Roundup. Tako so spet primorani kupovati pri Monsanto in ne drugih ponudnikih. Preprodaja Monsantoovih

semen je prepovedana. Prav tako ne smejo zadržati semen iz letošnjega pridelka, za sajenje v naslednji sezoni. Semena morajo vsako leto kupiti znova. Njihov argument je, da vsi naštetí ukrepi varujejo njihovo intelektualno lastnino, torej patente povezane z semeni. Seveda pa jim to hkrati omogoča ohranjati ugoden in vodilni položaj na trgu. Neusmiljeni so tudi pri letnem višanju cen semenom. V letu 2008 so nekaterim vrstam koruze ceno zvišali za 25%, letos za 7%, podobno se dogaja s sojo, kjer letos lahko pričakujemo skok za 6%. V Monsanto pravijo, da so višanja cen upravičena, saj sta se produktivnost in donos na kmetijah močno povečala zaradi njihovih semen. Kmetje tako porabijo manj denarja in časa za pesticide ter odstranjevanje plevela. Mnogi kmetje se nad tem tiho pritožujejo, a žal ne morejo storiti prav veliko. Prehod nazaj na navadna semena bi za sabo potegnil preveč stroškov, uničiti bi morali Monsantoova semena, ki so jih drago plačali, če pa bi ta po prenehanju uporabe slučajno kje ponovno zrasla lahko tvegajo tožbo zaradi kraje intelektualne lastnine. Nasploh so v ZDA zelo dejavni na tem področju, njihove preiskovalce so poimenovali Gestapo, Mafija in semenska policija. Njihova naloga je, da preiskujejo primere nezakonite uporabe semen. Njihove metode obsegajo preiskovalce, tajne agente, fotografiranje in snemanje ljudi pri sajenju in kupovanju semen itd. Ko so kmetje soočeni z obtožbami, jim večinoma ne preostane drugega, kot da se z podjetjem pogodijo, saj bi jim tožarjenje na sodiščih prineslo preveč stroškov. Monsanto je zelo dobro razvil prakso varovanja svoje intelektualne lastnine.

Vpliv na lokalno kmetijstvo tudi ni zanemarljiv. Sprememba načina kmetovanja in premik h genetsko spremenjenim semenom ni bil ravno rožnat za vse vpletene. Poročajo o samomorih kmetov v Indiji, velikem številu tožb malih kmetov glede kraje intelektualne lastnine v ZDA, opuščanju kmetovanja pri malih kmetih v Argentini in povsod po svetu. Členi v prehranjevalni verigi se spreminjajo, njihovo vlogo prevzemajo velike, komercialne kmetije. V Braziliji se dogaja, da Monsanto onemogoča dostop do navadnih semen soje, razmerje je 85% proti 15% v prid gensko spremenjenim. Problem ni v uporabi biotehnologije, temveč v tem, da kmetovalcem manjka osnovna možnost izbire na trgu.

Monsantove poslovne strategije in licenčne pogodbe preiskuje ameriški Department of Justice in vsaj dva državna tožilca v Iowi in Texasu. Skušajo ugotoviti, če podjetje krši zakone, ki preprečujejo monopol. Pravdajo se tudi z svojimi konkurenti Syngenta AG, DuPont, tudi tukaj se tožbe vrtijo okoli monopolnega položaja podjetja na trgu.

Podjetje želi svoje poslovanje in trg širiti na etično in moralno sporne načine. Primer je donacija hibridnih semen koruze in zelenjave kmetom Haitija po uničevalnem potresu leta 2010. Človekoljubna gesta ali nova poslovna priložnost? Potres želijo izkoristiti in odpreti vrata haitijskega kmetijstva genetskim semenom. Ko bodo enkrat zasejali ta semena, bodo morali nakup ponoviti vsako leto, na Haitiju pa se zavzemajo za lokalno kmetijstvo z lokalnimi semeni. Ne želijo biti odvisni od Monsanto . To so potrdili z protestom 4.6.2010 in s pozivanjem kmetov k zažiganju podarjenih semen. Podobna zgodba se je zgodila leta 2004 v državi Malavi v Afriki. Prizadela jih je huda suša, kmetijstvo je bilo v zagati. Monsanto je v navezi z Malavijsko vlado in nevladnimi

organizacijami takoj priskočil na pomoč. Decembra 2005 so Malaviju podarili 700 metričnih ton hibridnih semen koruze. Spet se pojavlja vprašanje, ali je to praksa družbeno odgovornega podjetja ali odpiranje novih trgov v državah, kjer semen nočejo ali pa si jih sploh ne morejo privoščiti.

So njihovi projekti, ki jih vodijo v Južni Afriki *Massive Food Production Program* (MFPP), projekt *Share* v Indiji, projekt *WEMA, Water Efficient Maze* v Podсахarski Afriki, in vsa raziskovanja o bolj donosnih semenih riža in žitaric, koruze iskreno namenjena pomoči človeštvu v stiski in hujšim časom, ki prihajajo? Ne smemo zanemariti, da jim tovrstna dejanja odpirajo milijonske nove trge in možnost za ogromen dobiček pa čeprav so iskreno družbeno odgovorna in človekoljubna, kot sami pravijo.

Produkt

Slabosti pri gojenju gensko spremenjenih organizmov

Dejstvo je, da se znanstveniki, kmetje, politiki, javnost in okoljske skupine ne morejo zediniti o vplivu GSO-jev na rastline, okolje ter zdravje ljudi. Agrokemična industrija še vedno ni prepričala javnosti in potrošnikov o neškodljivosti GSO-jev in iz njih narejene hrane. Ni težko razumeti potrošnikov, da ne zaupajo v nekaj, kar ni naravno oz. bi bilo vsaj 100% dokazano, da ne škoduje ljudem. Kako jih prepričati? Z neodvisnim in objektivnim testiranjem. Obstaja več skupin pomislekov; okoljski, zdravstveni, potrošniški, etični, itd. Med okoljske bi uvrstila kontaminacijo organskih poljščin in okolja, potencialno uničenje biodiverzitete in lokalnega kmetovanja, povečano uporabo pesticidov ter čebele, ki so odgovorne za oplojevanje rastlin, nosijo cvetni prah iz ene rastline na drugo in tako omogočajo premikanje genetskih značilnosti iz polja na polje. Plevel, ki ga škropimo s konvencionalnimi herbicidi, je ponekod že razvil odpornost do teh herbicidov. Med zdravstvene pomisleke spadajo še neznani učinki iz GSO-jev narejene hrane na zdravje ljudi in živali, pojavlja se bojazen prenosa določenih genov iz rastline na človeka/ žival, ki lahko onemogočijo zdravljenje nekaterih bolezni (tuberkuloza). Ekonomski pomisleki: sem spada bojazen, da bo skupina določenih podjetij, ki se ukvarja z gojenjem GSO semen, kontrolirala prehranjevalno verigo in da bo prehranjevalna industrija v rokah peščice biotehnoloških podjetij, ki bodo imela patente za svoje gensko spremenjene rastline. Nekaterim državam, ki kultivirajo GSO rastline in so svoje pridelke izvažale povsod po svetu, se je drastično zmanjšal izvoz, saj mnogo držav ne želi uvažati GSO, primer je zmanjšanje izvoza alfalfe iz ZDA za 50%. Etični: Je genetsko spreminjanje barve, teksture in okusa sadja in zelenjave, da bi popularizirali to vrsto hrane pri potrošnikih sploh etično ravnanje?

Odpoved tehnologije produkta

Leta 2009 so južnoafriški kmetje izgubili na milijone dolarjev dobička, ker 82000 hektarjev posejanih z genetsko spremenjeno koruso ni obrodilo nobenih sadov. Rastline so bile od zunaj videti zdrave in normalne, a znotraj ni bilo nobenih semen. Monsanto je za nepravilnosti pri

treh vrstah koruze okrivil fertilizacijske procese v laboratoriju in prizadetim kmetom ponudil kompenzacijo. Aktivisti proti GSO za slab pridelek krivijo njihovo tehnologijo, ki manipulira z lastnostmi semen in znova pozivajo h kompletni prepovedi uporabe gensko spremenjenih semen v JAR. V Monsanto zanikajo, da bi problemi izvirali v biotehnologiji, ki jo razvijajo, ampak pravijo, da izvirajo v slabo izvedenih procesih v laboratorijih. Kako lahko napako zagrešijo pri treh različnih vrstah koruze?

V Indiji se je dogodila podobna zgodba. Leta 2010 so namreč razkrili, da je roza bombažni črv postal odporen na določeno vrsto Bt bombaža Bollgard 1, ki ga pridelujejo v Gujaratu, v Indiji. Ugotovili so, da so živali razvile odpornost na konkreten gen, ki varuje seme pred žuželkami. Monsanto pravi, da je razlog prezgodnje sajenje neodobrenih semen Bt bombaža in premajhna varnostna razdalja med kmetijami, ki pridelujejo navadni ter Bt bombaž. Aktivistične skupine, da gre za odpoved tehnologije. Mnogi se sprašujejo, če to postaja Monsantoova tržna praksa. Sprva ponudijo osnovno različico proizvoda, ko ta ni uspešna, ponudijo proizvod druge generacije in svetujejo naj uporabljajo še več Monsantoovih pesticidov in herbicidov.

Leta 1990 se je Roundup Ready oljna ogrščica sparila z lokalnim plevelom in tako je nastala nova rastlina, ki so jo mnogi so jo poimenovali kar »super plevel«, saj je bil odporen na herbicide. Okolijske organizacije so izrazile upravičeno skrb ob sicer nenačrtnem križanju naravnih in genetsko spremenjenih vrst in vplivu takšnih kombinacij na naravno okolje, rastline, živali in ne nazadnje tudi človeka.

Škandali

Leta 2007 so kupili podjetje Delta & Pine Land Company, ki je iznašlo in patentiralo novo tehnologijo za vzrejo semen, imenovano Terminator. Posebnost teh semen je, da po prvem sajenju rastline ne obrodijo več sadov, kar onemogoča širjenje teh rastlin v divjini, prav tako pa sili kmetovalce, da vsako leto kupijo novo zalogo semen in povečuje njihovo odvisnost od dobaviteljev semen.

Bovine somatotropin je sintetični rastni hormon, ki ga vbrizgajo kravam. Spodbudi nastajanje hormona IGF-1, ki je odgovoren za nastajanje mleka in tako lahko krave dajo več mleka. Pri odraslih ljudeh in otrocih se obnaša kot pospeševalec raka na prsih, črevesju pljučih in prostati. Raziskave sponzorirane od Monsanta, so pokazale, da ni razlik v količini rBGH hormona v organskem mleku in njihovem mleku. Podjetja, ki se ukvarjajo s proizvodnjo tovrstnega mleka skušajo doseči odstranitev teh nalepk, ki označujejo, da je mleku dodan hormon in sicer na podlagi trditev, da naj bi le te zbegale kupce. Namreč, organsko mleko je zelo popularno in kupci raje posežejo po njem kot pa po mleku z dodanimi hormoni. Zaradi izredne negativne publicitete so lobiranja opustili. Skupina AFACT, ki je to promovirala, je konglomerat mlekar, ki so zelo tesno povezane z Monsanto.

Monsantova tovarna je v mestecu Anniston v Alabami spuščala merkurij in svinčene odplake v lokalna jezera in to več kot 40 let. Tovrstne odpadke so spuščali v jezera, zakopali po bližnjih hribih in jim na ta način uničevali pitno vodo. Leta 2003 so se odločili, da bodo 20.000 tožnikom izplačali 700 milijonov dolarjev odškodnin in tako zaključili primer.

3.4.2 Pozitivni učinki poslovanja

Kodeks poslovnega ravnanja- Code of business conduct

V Monsanto se trudijo svoja partnerstva razviti na podlagi poštenosti. Poštenost v sodelovanju z njihovo zaobljubo, jim pomaga ustvariti in obdržati zaupanje v poslovnih razmerjih. Njihov kodeks poslovnega ravnanja je namenjen njihovim zaposlenim, da jim pomaga pri odločitvah glede različnih problemov o okolju, spoštovanju drug drugega, raziskovalnih metodah, alokaciji sredstev, zdravju in varnosti, poročanju o finančnih izkazih, trženju produktov, etičnih in poslovnih vprašanjih. Kodeks je »posvojilo« celotno vodstvo in upravni odbor. Kodeks predstavi in razloži osnovne obveznosti vseh zaposlenih v podjetju. Oddelek za poslovno obnašanje (The Business Conduct office) je bil ustvarjen, da implementira in upravlja ta program. Oddelek nudi navodila in svetuje glede samega kodeksa in drugih etičnih vprašanj. Kodeks velja v Monsanto, njegovih podružnicah, za poslovne partnerje, vse zaposlene, direktorje (Monsanto spletna stran, 2010).

Politika človekovih pravic

Politika, ki jo izvajajo v podjetju črpa iz deklaracij *Universal Declaration on Human Rights in International Labor Organization's Declaration on Fundamental Principles and Rights at Work*. Ker je Monsanto agrikolturno podjetje, se mnoge določbe nanašajo na unikatne okoliščine v zvezi z kmetovanjem in kmetijsko industrijo. Politika človekovih pravic v podjetju je mehanizem, s katerim se podjetje naredi odgovorno za svoja dejanja, medtem ko posluje povsod po svetu. 9 elementov, na katere se podjetje osredotoča v boju za človekove pravice, je delo otrok, prisilno delo, kompenzacija, delovne ure, diskriminacija, varnost, nasilje in nadlegovanje, pravica do zbiranja in upoštevanje zakonov.

Etični kodeks

Poleg kodeksa poslovnega ravnanja morajo direktor in vodstvo finančnega oddelka v podjetju upoštevati še t.i etični kodeks, ki ga je upravni odbor sprejel leta 2003. Direktor in vodstvo finančnega oddelka imata posebno vlogo pri promoviranju in prakticiranju vrednot podjetja, še posebej poštenosti oz. integritete. Oboji se zavežejo, da bodo po najboljših močeh upoštevali načela v etičnem kodeksu. Tu bi omenila nekaj načel, ki se nahajajo v kodeksu. Javnost in pristojne institucije zalagajo z točnimi, popolnimi, objektivnimi, pomembnimi, časovno točnimi in razumljivimi informacijami. V vseh aspektih upoštevajo zakone , pravila

in regulative državnih, mestnih in lokalnih zakonov. Vedno ravna v dobri veri, odgovorno, skrbno, kompetentno, njihova presoja je vedno neodvisna in objektivna.

Družbena odgovornost

Monsantov sklad je filantropska stran podjetja, ki podpira organizacije in projekte povsod po svetu, kjer deluje Monsanto. Podpirajo projekt darovanje mleka v Indoneziji, Zdravi otroci, zdrava prihodnost v Braziliji, Mehiška fundacija za ruralni razvoj, Nacionalni muzej za umetnost divjih živali v ZDA, Buhle's kmetijska akademija v JAR. Na spletni strani sprejemajo predloge in prošnje za denarne prispevke.

Izobraževanje mladih: kot podjetje, ki deluje v kmetijski industriji so zavezani k spodbujanju izobraževalnih programov, štipendij, praks in iskanja služb na področju kmetijstva. Podpirajo različne mladinske organizacije: *Agriculture Future of America*, *Farm Safety 4 Just Kids*, *Progressive Agriculture Foundation*, *Agriculture in the Classroom*, *Consortium of Collegiate Agricultural Organizations*, itd. V zadnjih desetih letih so podelili za več kot 1,5 milijona dolarjev štipendij in nagrad. Ponujajo prakse in izobraževanje na več področjih.

V Monsanto se zavedajo, da bo populacija sveta še naprej rastla in s tem bodo rastle tudi vedno večje potrebe po hrani. V okviru razvoja trajnostnega kmetijstva podpirajo oz. sodelujejo v projektih na treh področjih: proizvodnja večjih količin pridelkov, ohranjanje okolja in pomoč kmečkim družinam. Tu bi omenila nekaj družbeno odgovornih projektov, ki jih podjetje podpira:

Koruza odporna proti suši je eden izmed pomembnejših raziskovalnih projektov, ki želi pomagati kmetom na območju pod Saharo, kjer je koruza osnovna hrana za tamkajšnje prebivalstvo. Območje je izpostavljeno težkim vremenskim pogojem in pomanjkanju vode. Trenutno je ta tip semen še v raziskovalni fazi, kombinirajo različne značilnosti v semenih, da bi dosegli največji potencialni donos semen. Od januarja 2008 se projekt nahaja v 3. fazi njihovega raziskovanja, kar je v zgodovini biotehnologije prvo seme odporno na sušo, ki se nahaja v tej fazi. Sodelujejo skupaj z *African Agriculture Technology Foundation* (AATF) in želijo semena distribuirati manjšim kmetovalcem brez plačil.

Projekt Share, želi izboljšati socio-ekonomske pogoje 10.000 manjših kmetov, ki pridelujejo koruzo in bombaž v 1100 vaseh v treh državah Indije v 4 letih s povečanjem donosa pridelkov. Projekt poteka v sodelovanju z ISAP (*Indian Society of Agribusiness Professionals*). Trajnostno kmetovanje želijo razviti z lažjim dostopom do bolj donosnih semen, izobraževanjem o agronomskih temah, ustanovitvijo kmečkih skupin, kar jim omogoča boljši pogajalski položaj na trgu, ustanovitvijo »pomagaj si sam« skupin za delovne ženske.

Leta 2010 po grozovitem potresu na Haitiju je Monsanto haitijskim kmetom daroval za 4 milijone dolarjev vredna semena koruze, zelja, korenja, jajčevcev, čebule, paradižnika, melone, lubenice in špinače. Pomoč je sprejelo in odobrilo haitijsko kmetijsko ministrstvo.

Gensko spremenjeni bombaž izboljšuje življenja kmetov in vasi v Indiji. Študije kažejo, da ima bombaž ogromen pozitiven vpliv na življenja indijskih kmetov. Ekonomski in socialni napredek postaja z vsakim letom bolj jasen. Njihov pridelek je višji za 50%, porabijo manj vode in pesticidov, bombaž lahko prodajo po višji ceni. V vaseh se je povečal dostop do elektrike, pitne vode, telefonskih sistemov, bančnih storitev in interneta. Sodelujejo tudi v projektih: »Gensko spremenjena koruza povečuje prihodke filipinskih kmetov«, »Monsanto Missisipi partnerski projekt«, »Monsanto ohranja biodiverzitetu v Braziliji« in mnogih drugih. (Monsantova spletna stran, 2010).

Nagrade in priznanja

Monsanto se redno pojavlja na seznamih/lestvica, ki jih objavljajo društva, revije in druge institucije. Revija *The Scientist* jih uvrsti na 5. mesto najboljših podjetij, kjer lahko delamo, zaradi tega, ker donirajo sredstva kmetijskim skupnostim in svojim zaposlenim nudijo različne ugodnosti. Marca 2010 jih je *DiversityInc.* uvrstil na 28. mesto, ker je prikazal dobre rezultate v praksi diverzitet na področjih človeškega kapitala, predanosti CEO-jev, raznolike verige dobaviteljev in podjetniške in organizacijske komunikacije. *CR Magazine* ga uvrsti na seznam »najboljših državljanov« torej podjetij, ki prispevajo k dobrobiti družbe in okolja. *Professional WOMAN'S Magazine* jih imenuje za enega izmed vodilnih in najboljših zaposljevalcev za ženske. Ameriška največja organizacija za boj pravic homoseksualcev Monsanto podari 100% pri upoštevanju človekovih pravic. Ocenjujejo, kakšne prakse imajo podjetja na področju delovnih mest na podlagi indeksa enakosti. Tudi v državah, kjer imajo svoja predstavništva, se pogosto pojavljajo na seznamih najboljših podjetij/zaposljevalcev: Indija 2009, Brazilija 2009, Argentina 2009, Kolumbija 2009, Mehika 2009, Kitajska 2009, Kanada 2009. Izpostavila bi dve letošnji priznanji in sicer

Revija Forbes razglasi Monsanto za podjetje leta

31.12.2009 je revija Forbes razglasila Monsanto za podjetje leta in pohvalila njihov izjemen uspeh ter inovativne izdelke. Za svet so ustvarili več milijard vrednih genetsko spremenjenih semen, ki so odporna na vremenske pojave in žuželke. Večina kmetov preferira njihova semena pred konkurenčnimi, kar se kaže v \$44 milijardni tržni vrednosti podjetja in v \$7,3 milijarde prodanih semenih ter genov semen pred drugouvrščenim podjetjem DuPont s \$4 milijarde prodaje. V letu 2009 so imeli za 2,1\$ milijarde prihodkov. V ekonomskih pogledih je podjetje absolutni zmagovalec. Ampak javnost se šele počasi privaja na gensko spremenjeno hrano in dejstvo, da Monsanto morda ni »Satan agrikulture«. Amerika praktično ne sadi več klasičnih semen, deleži v Indiji in Latinski Ameriki se povečujejo letno, samo Evropejci se še upirajo. Njihova raziskovanja se zdaj osredotočajo na žito, saj predvidevajo, da bo Kitajska

prevzela bolj zahodnjaški način prehranjevanja. Tako bodo potrebovali več žita, da nahranijo vse živali. Poslovni model bazira na produktivnosti, torej povečati količino donosa, ki ga lahko naredimo na uro dela in/ali aker površine. Monsanto dobesedno preiskuje vsak aker na svetu in ugotavlja, s kakšnimi težavami se tam srečujejo (žuželke, bolezni itd.) in na ta način želi oblikovati nova semena, odpornejša proti tem pogojem (Revija Forbes, 2010).

100 najboljši podjetij, kjer lahko delamo

Leta 2010 Fortune Magazine uvrsti Monsanto na seznam 100 najboljših podjetij, kjer si lahko najdemo zaposlitev. Podjetje je uvrščeno na 59. mesto, v skupini pa so še mnoga druga uspešna podjetja kot so Google, SAS, Edward Jones, Microsoft, itd. Monsanto ima 5 % letno rast zaposlitev v podjetju. Zaposleni lahko koristijo vrtec, fitnes, telecommuting, »job sharing«, imajo 33% zaposlenih žensk, ne diskriminirajo na podlagi državljanstva in spolne usmerjenosti. Povprečna plača na leto v raziskovalnem oddelku znaša 100.000 dolarjev v proizvodnji pa 48.000 dolarjev. Kljub mnogim protestom različnih aktivističnih skupin, zaposleni pravijo, da so ponosni, ker delajo v podjetju, ki pomaga ustvarjati hrano za ves svet (Cnn spletna stran, 2010).

Prednosti gojenja gensko spremenjenih organizmov

Prva in najbolj očitna prednost, ki bode v oči, je konstantno večanje prebivalstva na tem planetu. Brez drastičnih ukrepov, kot je izsekavanje pragozdov, gozdov, izsuševanje močvirij pa ostajajo kmetijske površine na istem. Torej, kako pridelati še več hrane za več ljudi z isto kvadrato kmetijskih površin brez tega, da bi uničili planet? Odgovor je zelo eleganten, z gensko spremenjenimi poljščinami. Na ta način lahko nahranimo tiste, ki nimajo hrane. Semena nam obljublajo boljšo odpornost do vremenskih pojavov, bolezni in napadov žuželk, kar potencialno rezultira v večjem in bolj kvalitetnem pridelku. Genetska semena sicer stanejo več, ampak kmet za njihovo oskrbo in gojenje porabi manj denarja, pesticidov, herbicidov in na ta način manj obremenjuje polja. Manjša količina teh strupov pa je ugodna za prst in kakovost vode podtalnice. Tudi kmetje imajo mnogo pozitivnih izkušenj na tem področju, John Reifsteck pravi, da dobijo večjo količino koruze z uporabo manj pesticidov in enako količino gnojil. Don J. Cameron, ki goji navadni in organski bombaž razloži, da stane vzdrževanje polja z organskim bombažem 500\$, vzdrževanje GSO bombaža pa le 30\$ na polje. Problem pa se pojavi pri prodaji organskega bombaža, cenejši namreč prihaja iz Ugande, Sirije. Drugi razloži, da je treba navadni bombaž škropiti 25-krat na leto, medtem ko je treba GSO bombaž le dvakrat. Prednosti so jasne, genetsko spremenjene rastline so ena izmed dolgoročnih rešitev za ohranitev našega planeta.

4. KOMENTAR ANALIZE

Večina nas podjetje Monsanto pozna iz medijev, o njem vemo, da se ukvarja z gensko spremenjenimi organizmi in to, kar počne, je izredno slabo. Vsaj moj prvi vtis je bil tak. Ko pa

sem poiskala več informacij na to temo, sem ugotovila, da ima, tako kot vse stvari v življenju, tudi ta dve plati, negativno in pozitivno. Poleg velikega števila člankov z izrazito negativno vsebino, sem naletela tudi na take, ki poudarjajo dobre stvari, ki jih podjetje počne. Pri odločitvi, ali podjetje etično posluje, sem tako upoštevala vsa dejstva, dobra in slaba.

Na nekaj mestih sem se že pomislila, da podjetje vendar počne nekaj dobrega, njihovi izumi bodo verjetno veliko pripomogli k povečanju količine hrane za vedno več prebivalstva. Potem sem brala naprej in ugotovila, da se za krinko dobrega samaritana skriva pohlepen stroj. Vse, kar počnejo, je načrtno in dobro premišljeno. Razumem, da je prva naloga podjetja, da ustvarja dobiček, ampak seveda na način, ki je prijazen do okolja in dobro vpliva tudi na širšo družbo. Njihova dejavnost sama po sebi je že dovolj kontroverzna, saj spreminja osnovne predstave, ki jih imamo o svetu, o naravi. Nismo več odvisni od narave, kot smo bili v preteklosti, zdaj lahko v laboratoriju ustvarjamo rastline in semena za lastno uporabo. Trenutno to koristi številnim kmetom povsod po svetu. Ampak kakšne bodo implikacije v prihodnosti? Bomo sploh še poznali naravne rastline, oplojevanje s pomočjo čebel itd.? Zaradi premajhne kontrole se ti organizmi širijo in ustvarjajo nove kombinirane različice super rastlin. Ker pa so te rastline plod dela in razmišljanja Monsantoovih znanstvenikov, so potemtakem tudi njihova intelektualna last. Etično in moralno sporno se mi zdi, da bi eno podjetje ali peščica njih obvladovala prehranjevalno verigo in si lastila rastline v naravi. Ampak v to smer plujemo, Monsanto načrtno širi svoje poslovanje na vse možne trge. Dejansko se osredotočijo na določeno področje in pregledajo vse težave, ki jih tam imajo v zvezi z rastlinami, zajedavci, boleznimi in glede na karakteristike področja izdelajo posebna semena. To počnejo povsod po svetu. Tam, kjer si njihovih semen ne morejo privoščiti ali pa jih ne želijo, vstopijo z taktiko močnega lobiranja in dobrodelnosti. Semena podarjajo državam v razvoju, navzven zgleda to kot lepa gesta, po navadi to počnejo celo s pomočjo vladnih organizacij. Ampak dejstvo je, da ko se enkrat zasadijo semena, se krog poslovanja z Monsanto začne. In točno na to računajo. Več takih primerov se je zgodilo predvsem v Afriki, zadnji aktualni pa je Haiti, kjer so kmetje zavrnil njihova semena, saj ne želijo biti odvisni od te velike korporacije. Etično sporni so tudi njihovi načini poslovanja, ki podjetju omogočajo monopol na trgu. Z določenimi klavzulami dejansko prepovedujejo podjetjem, ki prodajajo semena, sodelovanje s konkurenco. Tudi zaradi tega se tožarijo z mnogimi konkurenti. Odnos do njihovih strank je tudi zanimiv. Ker smatrajo, da so njihova semena veliko izboljšanje, vsako leto dvignejo njihovo ceno. Če uporabljate njihova semena, morate zraven uporabljati tudi njihove herbicide. In še in še določil, ki njim samim omogočajo ohranjati položaj številka ena na trgu.

Njihova dejavnost zagotavljanja zadostne proizvodnje hrane za svetovno populacijo, ki je je vsako leto več in zahteva večje količine, katerih s konvencionalnim kmetijstvom žal ne moremo proizvesti, je zagotovo družbeno koristna dejavnost. Pomaga mnogim ljudem in verjamem, da bo tako tudi v prihodnosti. Vendar način opravljanja te dejavnosti predstavlja problem, saj je v očeh mnogih moralno in etično sporen. Sporno je njihovo eksperimentiranje z naravo in živalmi ter nepoznavanje učinkov tega eksperimentiranja. Sporen pa je tudi njihov

način poslovanja, ki jim omogoča ohranjanje vodilnega položaja na trgu s praksami, ki nimajo veze z poslovno etiko in etičnim obnašanjem.

Sicer sodelujejo pri humanitarnih projektih in se trudijo biti družbeno odgovorni, ampak zdi se mi, da je to bolj lažna družbena odgovornost, saj bolj kot prejemnikom pomoči, pomaga in koristi predvsem njim samim pri širjenju njihove poslovne mreže. Podobno kot pri pojavu »greenwashing«. Te dejavnosti želijo predstaviti za nekaj, kar v resnici niso, da bi pridobili boljši ugled v javnosti.

Torej ali se Monsanto dela krivica s tem, ko ga označujejo za neetičnega in neodgovornega? Menim, da ne. Vse dobre stvari, ki jih počnejo, so zato, da omilijo vse slabe stvari, ki jih počnejo po svetu. Verjetno imamo srečo, da se ukvarjajo z dejavnostjo, ki pomaga ljudem in je hkrati dobičkonosna, drugače se z njo ne bi ukvarjali.

Dejstvo je, da še vedno ne vemo, kakšne posledice ima gensko spremenjena hrana na človeško in živalsko telo. Posledice za okolje tudi niso zanemarljive. Dovoliti podjetju tak vpliv in kontrolo na tako pomembnem področju pa je kratko malo neodgovorno in slabo za nas same. Na koncu bo čas pokazal, kdo ima prav oz. kaj bi bilo boljše storiti.

SKLEP

Družbeno odgovornost in poslovno etiko mnogi enačijo, pa vendar sta to dve različni stvari. Sta koncepta, ki se dopolnjujeta in katera bi danes moralo upoštevati vsako podjetje. Omogočata oz. pripomoreta k temu, da podjetje deluje na način, ki omogoča doseganje oziroma preseganje načrtovanih poslovnih rezultatov ter razvoj zaposlenim prijetnega poslovnega okolja (je prijazen okolju) in ima koristi za bližnje socialno okolje in družbo kot celoto. Poslovna etika skrbi, da poslovanje teče skladno z vnaprej dogovorjenimi vrednotami ter principi poslovanja in na ta način zagotavlja poslovni rezultat, ki ni škodljiv za nobenega deležnika v procesu poslovanja in ohranja konkurenčnost podjetja na dolgi rok. Je tudi glavni sestavni del tako imenovanega »image-a« ali ugleda podjetja, ki ga je zelo težko izgraditi, a ga je možno hitro zgubiti. Poslovni ugled podjetja je dolgoročno eno najmočnejših orožij tako trženja, iskanja finančnih kot tudi kadrovskih virov podjetja. Družbena odgovornost zagotavlja korektne odnose do vseh zunaj podjetja, ki so s podjetjem tako ali drugače povezani; od kupcev, ki so prav tako občani, do raznih upravnih in socialnih ustanov, do NGO (*non governmental organization*), do drugih podjetij v bližnji okolici. Na konkretnem primeru analize družbene odgovornosti in poslovne etike Monsanto ugotavljam, da so kritike in ugled podjetja v medijih upravičene. Moje mnenje je, da trenutno koristi, ki jih prinaša njihova dejavnost, odtehtajo slabe plati njihovega delovanja. Korist vidim predvsem v proizvodnji večjih za rastoče prebivalstvo sveta potrebnih količin hrane, v večjem hektarskem donosu, večji odpornosti proti raznim škodljivcem. Slaba plat so prodajne metode Monsanto, narejena oziroma prirejena etičnost poslovanja in vprašljiva varnost novih oblik koruze in drugih poljščin in zelenjave, kar se tiče dolgoročne uporabe. Ne vemo pa, kaj se bo zgodilo v prihodnosti, šele takrat bomo vedeli, kakšen je dolgoročen učinek uporabe gensko spremenjenih organizmov v kombinaciji s herbicidi na naravno okolje in zdravje ljudi.

LITERATURA IN VIRI

1. Anonymous. (2009, 11.januar). Frankenstein of the future. Najdeno 3. maja 2010 na spletnem naslovu <http://proquest.umi.com/>
2. Anonymous. (2004, 17.maj). GM crops set to spread. Najdeno 3. maja 2010 na spletnem naslovu <http://proquest.umi.com/>
3. Bloomberg, J.K. (2010, 8.marec). Monsanto battles monopolistic claims. Najdeno 3. maja 2010 na spletnem naslovu <http://proquest.umi.com/>
4. Blowfield, M.& Murray, A. (2008). *Corporate responsibility: a critical introduction*. Oxford, New York: Oxford University Press
5. Cnn spletna stran. (2010). Najdeno 2. junija 2010 na spletnem naslovu <http://money.cnn.com/magazines/fortune/bestcompanies/2010/snapshots/59.html>
6. De George, R. T. (1999). *Business ethics*. Upper Saddle River (New Jersey): Prentice Hall
7. Dunning, J. H. (2004). *Making globalization good : the moral challenges of global capitalism*. Oxford: Oxford University Press
8. Friedrick, C.W., Davis, K. & Post, E.J. (1988). *Business and society : Corporate strategy, public policy, ethics*. New York: McGraw-Hill.
9. Gillam, C.(2009, 11.november) Food: Is Monsanto the answer or the problem? Najdeno 10. junija 2010 na spletnem naslovu <http://www.reuters.com/article/idUSTRE5AA05520091111>
10. Glas, M. (1997). *Poslovna etika v Sloveniji: kako slabo je z njo? The ethics of business in Slovenia: is it really bad?* Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
11. GM farming in Latin America. Najdeno 3. junija 2010 na spletnem naslovu <http://www.gmwatch.org/component/content/article/11626-gm-farming-in-latin-america-resources>
12. Gojenje GSO v Evropi. Najdeno 11. maja 2010 na spletnem naslovu www.gmocompass.org/eng/agri_biotechnology/gmo_planting/392.gm_maize_cultivation_europe_2009.htm
13. Google. Najdeno 24. maja 2010 na spletnem naslovu <http://www.google.com/corporate/>
14. Haitian Farmers Say Burn Monsanto's Seeds (2010, 3.junij) Najdeno 4.junija 2010 na spletnem naslovu <http://climateandcapitalism.com/?p=2582>
15. Heal, G. M. (2008). *When principles pay : corporate social responsibility and the bottom line*. New York: Columbia Business School
16. Institute of science in society (2008, 18.april) Report:GM free agriculture to feed the world. Najdeno 14. junija 2010 na spletnem naslovu <http://www.issis.org.uk/GMFreeOrganicAgriculture.php>
17. Jaklič, M. (1996). *Družbeno in odgovorno poslovanje in poslovna etika*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta
18. Jaklič, M.(2005). *Poslovno okolje podjetja*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
19. Kaše, R., Lipičnik, B., Mihelič, K. & Zupan, N. (2007). *Organizacijsko vedenje*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.

20. Kuyek, D.(2002, avgust). Genetically modified crops in Africa: Implications for small farmers. Najdeno 5. junija 2010 na spletnem naslovu http://www.grain.org/briefings_files/africa-gmo-2002-en.pdf
21. Lay, R.(1989). *Ethik für Manager*. Düsseldorf: Elah Verlag
22. Leonard, C. (2009, 13.december). Monsanto squeezes out seed business competition, AP investigation finds. Najdeno 15. maja 2010 na spletnem naslovu http://www.huffingtonpost.com/2009/12/13/monsanto-squeezes-out-see_n_390354.html,
23. Letno poročilo Monsanto 2009. Najdeno 15. avgusta 2010 na spletnem naslovu http://www.monsanto.com/pdf/pubs/2009/annual_report.pdf
24. McDonald, F. (2010, 25.marec). Not just environmentalists against GM crops. Najdeno 3. maja 2010 na spletnem naslovu <http://proquest.umi.com/>
25. McIntosh, M., Leipziger, D. & Jones, K. (1998). *Corporate citizenship: successful strategies for responsible companies*. London: Financial Times: Pitman Publishing.
26. Melmed, B. Monsanto's spectacular failure. Najdeno 12. junija 2010 na spletnem naslovu <http://www.pixelvisions.net/monsanto.pdf>
27. Mobitel d.d. Najdeno 24. maja 2010 na spletnih naslovih <http://www.mobitel.si/Splosno/Druzbeno-odgovornost.aspx>
28. Monsanto, najdeno 15.aprila 2010 na spletnih naslovih <http://www.monsanto.com/> in <http://en.wikipedia.org/wiki/Monsanto>, <http://www.monsanto.com/products/brands.asp>, <http://www.monsanto.com/products/genuity.asp>, <http://www.monsanto.com/responsibility/sustainable-ag/default.asp>
29. Monsanto destruction machine in a nutshell. Najdeno 14. maja 2010 na spletnem naslovu <http://citizensforjustice.org/component/content/article/164>,
30. Monsanto. Najdeno 8. junija 2010 na spletnem naslovu <http://disasterandemergencysurvival.com/archives/>
31. Monsanto restricts access to non-GM seeds. Najdeno 10. junija 2010 na spletnem naslovu <http://www.gmwatch.org/latest-listing/1-news-items/12237-monsanto-restricts-access-to-non-gm-seeds>
32. Mortenson, E. (2010, 2.maj). Modified seed a boon or bane? Najdeno 3. maja 2010 na spletnem naslovu <http://proquest.umi.com/>
33. Podatki o GSO v Evropi. Najdeno 11. maja 2010 na spletnem naslovu <http://ec.europa.eu/food/food/biotechnolog>
34. Podatki o GSO v ZDA. Najdeno 12. maja 2010 na spletnem naslovu na [http://www.gmo-compass.org/eng/agri_biotechnology/gmo_planting/506.usa_cultivation_gm_plants_2009.htm](http://www.gmo-compass.org/eng/agri_biotechnology/gmo_planting/506.usa_cultivation_gm_plants_2009.html) l
35. Podatki o GSO po svetu. Najdeni 12.maja 2010 na spletnem naslovu http://www.gmo-compass.org/eng/agri_biotechnology/gmo_planting/257.global_gm_planting_2009.html
36. Post, J.E., Lawrence, A.T. & Weber, J. (2002). *Business and society: corporate strategy, public policy, ethics*. New York: McGraw-Hill publishing.
37. Predlog zakona o GSO sprejet (2009, 21.maj) Najdeno 11. maja 2010 na spletnem naslovu <http://24ur.com/novice/slovenija/predlog-zakona-o-gso-sprejet.html>

38. Procent akrov površine v ZDA posejanih z gensko spremenjenimi rastlinami. Najdeno 11. maja 2010 na spletnem naslovu <http://www.ers.usda.gov/Data/BiotechCrops>
39. Revija Forbes (2010, 18.januar). Najdeno 2. junija 2010 na spletnem naslovu <http://www.forbes.com/forbes/2010/0118/americas-best-company-10-gmos-dupont-planet-versus-monsanto.html>
40. Revill, J. (2006, 14.maj). UN food agency deputy resigns over leader's 'culture of silence'. Najdeno 3. maja 2010 na spletnem naslovu <http://proquest.umi.com/>
41. Rozman, R., Kovač, J. & Koletnik, F. (1993). *Management*. Ljubljana: Gospodarski vestnik.
42. Simobil d.d. Najdeno 24. maja 2010 na spletnem naslovu www.simobil.si
43. Stujit, A. (2009, 29.marec). Monsanto GM- corn harvest fails massively in South Africa. Najdeno 7. junija 2010 na spletnem naslovu <http://www.digitaljournal.com/article/270101>
44. Tavčar, M. (2008). *Kulture, etika in olika managementa*. Kranj: Moderna organizacija v okviru FOV.
45. Thorne, D., Ferrell, O. C. & Ferrell, L. (2003). *Business and society: a strategic approach to corporate citizenship*. Boston, New York: Houghton Mifflin,
46. Trgovina 3muhe. Najdeno 24. maja 2010 na spletnem naslovu http://www.humanitas.si/fair_trade.php
47. Zupan, B. (2009). Seminar št.8. Družbena odgovornost podjetij. Najdeno 6. junija.2010 na spletnem naslovu http://miha.ef.unilj.si/_dokumenti3plus2/.../Druzbenadgovornost2_nov.ppt
48. White, A. (2005) Fade, integrate or transoform- The future of CSR. Najdeno 15. julija 2010 na spletnem naslovu http://jussemper.org/newsletters/resources/BSR_Alan_White.pdf
49. Monsanto's harvest of fear (2008, maj). Najdeno 20. junija 2010 na spletnem naslovu <http://www.vanityfair.com/politics/features/2008/05/monsanto20>
50. Google Images (2010) Najdeno 17. aprila 2010 na spletnem naslovu [http://images.google.si/images?q=roundup&oe=utf-8&rls=org.mozilla:en-US:official&client=firefox-a&um=1&ie=UTF-8&source=og&sa=N&hl=sl&tab=wi,](http://images.google.si/images?q=roundup&oe=utf-8&rls=org.mozilla:en-US:official&client=firefox-a&um=1&ie=UTF-8&source=og&sa=N&hl=sl&tab=wi)
51. 24 ur (2010). Najdeno 4. junija 2010 na spletnem naslovu <http://24ur.com/novice/slovenija/korak-naprej-za-zakon-o-gensko-spremenjenih-rastlinah.html>

Priloga 1: Trn v peti- Gensko spremenjeni organizmi

Na kratko GSO ali po definiciji s strani Wikipedije je organizem, v katerem je z uporabo sodobnih metod genetskega inženirstva vnesen točno določen gen za točno določeno lastnost iz drugega organizma. GSO so lahko mikroorganizmi (bakterije, glive, virusi), rastline ali živali. V skladu s slovensko zakonodajo je GSO organizem, z izjemo človeka, ali mikroorganizem, katerega genski material je spremenjen s postopki, ki spreminjajo ta material drugače, kot to poteka v naravnih razmerah s križanjem in rekombinacijo (Wikipedija, 2010)

V Sloveniji trenutno ne izvajamo nobenih dejavnosti, ki bi ovirale kmetovanje na tovrsten način. Področje je pod okriljem ministrstva za okolje in prostor, zakon, ki urejuje ravnanje z GSO pa se glasi Zakon o ravnanju z gensko spremenjenimi organizmi, ki je bil sprejet leta 2002, zaradi vstopa v EU je bilo treba upoštevati še evropske direktive in določbe na tem področju, zato so leta 2004 sprejeli Zakon o spremembah Zakona o ravnanju z gensko spremenjenimi organizmi, leta 2005 pa so objavili uradno prečiščeno besedilo zakona. Očitno zakon le ni bil dovolj primeren, saj smo lansko leto sprejeli predlog zakona o soobstoju gensko spremenjenih organizmov (GSO) z ostalimi kmetijskimi rastlinami. Takratni kmetijski minister Pogačnik je pojasnil, da predlog zakona varuje področje, ki ga Slovenija ureja že od leta 2006, medtem ko ima že 15 članic EU to področje urejeno. Zavzemajo se predvsem za to, da bo to področje varovano in regulirano ter da bi s tem preprečili nenadzorovano pridelavo GSO. *"Namen zakona je urediti soobstoj tako, da bo vsakemu pridelovalcu dana možnost izbire med ekološko, konvencionalno in integrirano pridelavo ali pridelavo GSO. Poleg tega bodo tudi potrošniki in pridelovalna industrija ob upoštevanju predpisov o sledljivosti in označevanju imeli možnost izbire in GSO in gensko nespremenjenimi izdelki«* (24 ur, 2010).

V Evropi so bili do letošnjega leta glede gensko spremenjenih organizmov in hrane nezaupljivi tako javnost kot inštitucije, ki se s tem ukvarjajo. Morda pa se stvari spreminjajo, namreč EU je letošnjega marca dovolila gojenje krompirja Amflora nemške firme BASF. Krompir se bo uporabljal v industrijske namene, predvsem za pridobivanje škroba, s stranskimi produkti pa bi lahko krmili živali. To je prva odobritev po vsega skupaj 13 letih. Nazadnje so leta 1998 odobrili gojenje koruze firme Monsanto. Monsanto pa se je tudi tokrat nasmehnila sreča, saj so poleg krompirja odobrili tudi tri vrste njihove koruze, ki jih bodo lahko prodajali za hrano in krmo, ne bodo pa jih mogli gojiti na evropski zemlji. Nekateri to vidijo kot rahljanje precej strogih pravil in zakonov, ki jih EU predpisuje na tem področju. Glavni akterji na trgu Syngenta, BASF, Bayer, Monsanto si že manejo roke, medtem, ko je javnost še vedno odločno proti gojenju GSO-jev za prehranjevanje ljudi.

Za nemoteno razvijanje biotehnologije in GSO ter zaradi skrbi za zdravje in dobrobit potrošnikov in okolja, so se odločili za precej bolj stroge direktive na tem področju (Regulation (EC) 1829/2003 on genetically modified food and feed) Te direktive predstavljajo pravni okvir za ukvarjanje s tovrstno tematiko. Dopolnjuje ga zakon o označevanju in preverjanju hrane in izdelkov iz GSO-jev. Imamo tudi direktivo, ki se specifično ukvarja s testiranjem in preverjanjem gensko spremenjenih rastlin, preden jih odobrijo in dajo na prosti trg. Rastline so testirane, če jih odobrijo, dobijo čas trajanja odobritve zatem pa jih čaka

ponovno testiranje in pregled. V Evropi GSO obsegajo predvsem bombaž, koruzo kot krmo za živino, genetsko spremenjene mikroorganizme, oljno ogrščico za proizvodnjo goriv, sojo, peso in letos tudi krompir. Koruza, oljna ogrščica, bombaž so predelane v sirupe, olja in zgoščevalne spojine, ki se uporabljajo v predelani hrani. Med ponudniki so Monsanto, Bayer, Syngenta, BASF, Pioneer, Dow Agro Sciences. Imamo tudi navodila za kmetovalce kako preprečiti mešanje navadnih, organskih in spremenjenih organizmov.

Sodeč po spletni strani se EU zelo trudi, da bi o tej temi učinkovito in ažurno obveščali potrošnike o stanju GSO v našem prostoru. Lahko si preberemo seznam vseh odobrenih živil in poljščin, za kaj točno se uporabljajo, kdo jih je patentiral in kdaj jim poteče rok odobritve. Vidimo lahko tudi katera so še preiskovana in katere so zavrnili.

Države članice imajo glede te tematike in konkretno krompirja Amflora deljeno mnenje. Medtem, ko so Italija, Nemčija, Francija, Grčija, Luksemburg, Bolgarija in Poljska odločno proti gojenju in prodaji tovrstnih rastlin, imajo Švedska, Nizozemska, Češka in Španija bolj sproščen odnos. Premišlujejo, da bi lahko vsaka država sama odločila, če želi na svojem teritoriju gojiti GSO rastline. Tako se jim ne bi bilo treba več ravnati po nekem skupnem pravu, odpade pa tudi načelo prostega trga za vse dobrine. (Podatki o GSO v Evropi, 2010)

Na splošno pa je bil trend v letu 2009 bolj usmerjen k opuščanju gojenja tovrstnih rastlin in na ta način tudi zmanjšanje površin namenjenih tem rastlinam. Francija in Nemčija sta uvedli kompletno prepoved za gensko spremenjeno koruzo, medtem ko, Španija še vedno ostaja država z največ tovrstnimi površinami.

Tabela 4: Gojenje GSO rastlin, konkretno koruze v EU v hektarjih

Država	2005	2006	2007	2008	2009
Španija	53,225	53,667	75,148	79,269	76,057
Francija	492	5,000	21,147	-	-
Češka	150	1,290	5,000	8,380	6,480
Portugalska	750	1,250	4,500	4,851	5,094
Nemčija	342	947	2,685	3,171	-
Slovaška	-	30	900	1,900	875
Romunija	110,000	90,000	350	7,146	3,344
Poljska	-	100	320	3,000	3,000
Skupaj					

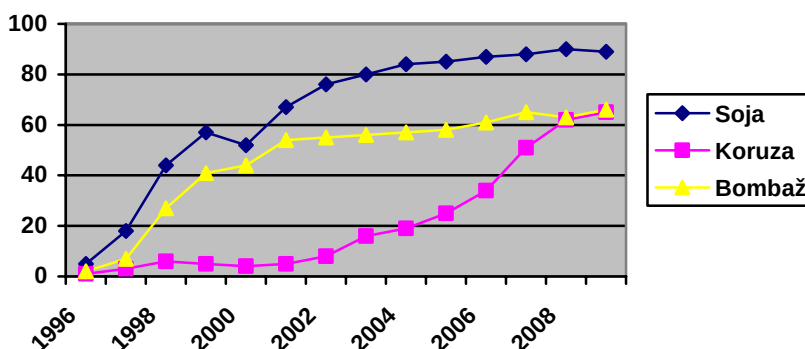
Vir:

Industrieverband EuropaBio, ISAAA, USDA / Foreign Agriculture Service (2009), Site register of the Federal Bureau for Consumer Protection and Food Safety, BVL

V Ameriki so leta 1996 so prvič posejali gensko spremenjena semena za komercialno uporabo. Štirinajst let kasneje ugotavljamo, da je 88% procentov posejanih semen gensko spremenjenih. Gojijo predvsem različne vrste koruze, bombaža, soje, pese in oljne ogrščice. V letu 2009 so bombaž, sojo in koruzo pridelovali na vsega skupaj 70 milijonih hektarjev, od tega je 61 milijonov hektarjev pripadalo GSO-jem. Za razliko od trenda v Evropi, kjer

opazamo zmanjšanje uporabe GSO semen, je situacija v Ameriki drugačna. Kot lahko vidimo na grafu spodaj, ki prikazuje procent akrov površine posejane z GSO-ji, se ta številka vsako leto večja. Njihova razširjenost se je v 13 letih povzpela na več kot 80% obdelanih površin pri soji oz. na več kot 60% obdelanih površin v primeru koruze in bombaža (Podatki o GSO v Ameriki, 2010).

Graf 1: Procent akrov površine v ZDA posejanih z gensko spremenjenimi rastlinami



Vir: <http://www.ers.usda.gov/Data/BiotechCrops/>.

Svetovni trend gojenja GSO-jev tudi veselo narašča vsako leto. Leta 2009 smo na 134 milijonih hektarjev gojili koruzo, bombaž, sojo, oljno ogrščico, bučo, papajo, paprike, petunije, paradižnik, peso, nageljne, itd. To je 9 milijonov več kot leta 2008. Največji porast v površini se je zgodil v manj razvitih državah. Na seznamu največjih pridelovalk GSO-jev pa vodijo ZDA, Brazilija, Kanada, Argentina in Indija (Podatki o GSO po svetu, 2010).