

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

ZAKLJUČNA STROKOVNA NALOGA VISOKE POSLOVNE ŠOLE
**ETIČNI KODEKS NA PRIMERU MALEGA PODJETJA SEVERLES,
D. O. O.**

Ljubljana, september 2022

NIKA OSMIĆ

IZJAVA O AVTORSTVU

Podpisana Nika Osmič, študentka Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, avtorica predloženega dela z naslovom Etični kodeks na primeru malega podjetja Severles, d. o. o., pripravljenega v sodelovanju s svetovalko asist. dr. Barbaro Hvalič Erzetič

IZJAVLJAM

1. da sem predloženo delo pripravila samostojno;
2. da je tiskana oblika predloženega dela istovetna njegovi elektronski obliki;
3. da je besedilo predloženega dela jezikovno korektno in tehnično pripravljeno v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, kar pomeni, da sem poskrbela, da so dela in mnenja drugih avtorjev oziroma avtoric, ki jih uporabljam oziroma navajam v besedilu, citirana oziroma povzeta v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani;
4. da se zavedam, da je plagiatorstvo – predstavljanje tujih del (v pisni ali grafični obliki) kot mojih lastnih – kaznivo po Kazenskem zakoniku Republike Slovenije;
5. da se zavedam posledic, ki bi jih na osnovi predloženega dela dokazano plagiatorstvo lahko predstavljalo za moj status na Ekonomski fakulteti Univerze v Ljubljani v skladu z relevantnim pravilnikom;
6. da sem pridobila vsa potrebna dovoljenja za uporabo podatkov in avtorskih del v predloženem delu in jih v njem jasno označila;
7. da sem pri pripravi predloženega dela ravnala v skladu z etičnimi načeli in, kjer je to potrebno, za raziskavo pridobila soglasje etične komisije;
8. da soglašam, da se elektronska oblika predloženega dela uporabi za preverjanje podobnosti vsebine z drugimi deli s programsko opremo za preverjanje podobnosti vsebine, ki je povezana s študijskim informacijskim sistemom članice;
9. da na Univerzo v Ljubljani neodplačno, neizključno, prostorsko in časovno neomejeno prenašam pravico shranitve predloženega dela v elektronski obliki, pravico reproduciranja ter pravico dajanja predloženega dela na voljo javnosti na svetovnem spletu preko Repozitorija Univerze v Ljubljani;
10. da hkrati z objavo predloženega dela dovoljujem objavo svojih osebnih podatkov, ki so navedeni v njem in v tej izjavi.

KAZALO

UVOD	1
1 POSLOVNA ETIKA.....	2
1.1 Etika	2
1.2 Poslovna etika.....	2
1.2.1 Zunanji udeleženci poslovne etike	4
1.2.2 Notranji udeleženci poslovne etike	4
1.3 Etične dileme v poslovanem svetu	5
1.4 Etično odločanje.....	7
1.5 Etične dileme in odločitve v času covida-19.....	8
2 ETIČNI KODEKS	9
2.1 Opredelitev in pomen etičnega kodeksa	9
2.2 Vrste etičnih kodeksov.....	12
2.3 Zgodovina etičnih kodeksov.....	12
2.4 Etični kodeks podjetja Walt Disney	13
2.5 Etični kodeks v malih podjetjih.....	14
3 PREDLOG ETIČNEGA KODEKSA za PODJETJE SEVERLES, D. O. O.	14
3.1 Namen in cilji raziskave	14
3.2 Metodologija.....	15
3.3 Predlog etičnega kodeksa za podjetje Severles, d. o. o.	16
3.4 Analiza intervjuja in učinkovitost predlaganega etičnega kodeksa za podjetje Severles, d. o. o.....	17
3.5 Temeljne ugotovitve raziskave	19
SKLEP.....	20
LITERATURA IN VIRI	21
PRILOGE.....	25

KAZALO PRILOG

Priloga 1: Intervju.....	1
--------------------------	---

SEZNAM KRATIC

ZGD-1 – Zakon o gospodarskih družbah

UVOD

V današnjem svetu si ljudje želimo svobodnega življenja. Toda če želimo obvladovati okolico, moramo stopiti skupaj, saj nismo dovolj močni, ne umsko in tudi ne fizično, da bi jo lahko obvladali. Vsak človek ima svoje vrednote, ki se jim ne odpoveduje. Z vrednotami prikažemo naše ravnanje in obnašanje. Vsi vemo, da ni človeka, ki se ne bi razlikoval od drugega in posledično zaradi tega pride do različnih vrednot ter interesov med posamezniki (Tavčar, 2008, str. iii).

Tako v življenju kot v poslovnem svetu ima etika velik pomen. V poslovnem svetu morajo nadrejeni in organizacija posrbeti, da bodo zaposleni zadovoljni. V primeru dobrih rezultatov jim je priporočljivo dati priznanje, saj bo tako večja verjetnost, da bodo za delo bolj zagnani in motivirani ter bodo dali vse od sebe. Če zaposleni oddela nadure, je treba to ceniti in to tudi pokazati. Tako se bodo namreč zaposleni počutili udobno in dobro, hkrati pa bodo utrdili odnos, ki ga imajo z nadrejenimi (Indeed, brez datuma).

V podjetništvu je večkrat tako, da zaposleni niso dovolj svobodni pri sprejemanju odločitev. Te pogosto sprejemajo nadrejeni, zato jim je treba kdaj dati priložnost, da se odločijo sami in da najdejo najboljši način za opravljanje svojega dela (Indeed, brez datuma).

Problemi nastajajo v vsakdanjem življenju, prav tako so prisotne etične dileme. Namen zaključne strokovne naloge je analizirati pomen etičnega kodeksa v organizaciji ter razširiti znanje in pomen etičnega delovanja posameznika na organizacijo ter obratno. S pomočjo intervjuja želimo priti do ugotovitev, kakšen odnos imajo zaposleni v podjetju do etike in etičnega kodeksa ter kakšno je njihovo razmišljanje na tem področju.

Cilj zaključne strokovne naloge je opredeliti etiko in poslovno etiko, opisati zunanje in notranje udeležence (kdo so to v poslovni etiki), opisati etične dileme in razloge, zakaj do njih prihaja, preučiti potek presojanja ter opredeliti etični kodeks in njegov pomen.

V prvem poglavju opredelimo etiko in poslovno etiko. Pri poslovni etiki razložimo, kdo sodi med zunanje in kdo med notranje udeležence. Ker so etične dileme prisotne v vsakdanjiku vsakega posameznika, sledi poglavje o etičnih dilemah v organizaciji, kjer naštejemo vrste etičnih dilem in podamo razlog za njihov nastanek. V naslednjem poglavju opredelimo etično odločanje – na kakšen način managerji v podjetju sprejemajo odločitve. V zaključno strokovno nalogo smo vključili tudi nastanek etičnih dilem in odločitev, ki so nastale v času pandemije covida-19. Sledi poglavje o etičnem kodeksu, kjer razložimo, kaj etični kodeks sploh je, ga opredelimo in izpostavimo njegov pomen. Opišemo tudi, kako so se etični kodeksi razvili skozi čas, in povzamemo dober etični kodeks podjetja Walt Disney. Na koncu tretjega poglavja sledi še etični

kodeks v malih podjetjih. V zadnjem empiričnem delu naloge smo za podjetje Severles, d. o. o. (brez datuma), sestavili predlog etičnega kodeksa. S pomočjo intervjuja ugotavljamo, ali podjetje deluje po smernicah etičnega kodeksa kljub temu, da ga do sedaj ni imelo. Ugotoviti želimo, ali bi bilo smiselno in učinkovito vpeljati predlagan etični kodeks v izbrano, in ali bi predlagan etični kodeks kot predlogo uporabila tudi druga mala podjetja.

1 POSLOVNA ETIKA

1.1 Etika

Ko govorimo o etiki, govorimo o razvoju razlage npravstvenih pojavov, ki izhajajo iz verstev davnih civilizacij in iz prvih pravnopolitičnih ureditev. Kot začetnika etike bi lahko označili Sokrata in Platona. V delo, ki razlaga etični sistem, uvrščamo znamenito Aristotelovo Etiko (Pavli, 2011).

Etika je ena izmed kategorij, ki vključuje razne vrste etičnih pristopov oziroma sistemov iskanja, kako na pravilen način presoditi pravičnost postopkov in značaja človeškega sobivanja v skupnosti. Izhaja iz grške besede »ethnos« in pomeni značaj. Problem etike nastane v iskanju splošnega veljavnega pravila, s katerim bi lahko ločili dobro in zlo. Etiko umeščamo med filozofsko disciplino, s katero opredeljujemo, kaj je s človeškega vidika vrednota in kaj ne (Tavčar, 2008, str. 55).

Glede na nalogo etiko delimo na dve skupini (Tavčar, 2008, str. 55–56):

- Teoretična etika, ki raziskuje in interpretira moralni princip.
- Praktična normativna etika razlaga moralna načela in pojasnjuje moralo.

Ko govorimo o etiki kot o normativni vedi, je treba poudariti, da etika vključuje norme in pravila, ki jih je treba spoštovati ne glede na ostala mnenja (Tavčar, 2008, str. 56).

1.2 Poslovna etika

Etika je širša kategorija, kamor sodi tudi poslovna etika. Kadar obravnavamo načela o dobrem in zlem ter ravnanje in odločanje managementa po omenjenih načelih, govorimo o poslovni etiki. Poslovna etika temelji na obnašanju in dogajanju na vseh poslovnih področjih, ki jih zakon ne ureja. Tukaj govorimo o svobodnem prostoru posameznika oziroma v tem primeru organizacije. Velikokrat se zgodi, da bo posameznik svoja etična načela in etična ravnanja prenesel na poslovni svet (Zečirovič, 2018).

S področja poslovne etike lahko izpeljemo neko splošno pravilo, da na dolgi rok delujemo spoštljivo in ne goljufamo, upoštevamo in izpolnjujemo svoje obveznosti, ne

povzročamo škode ostalim, ohranjamo zaupanje itn. Etično ravnanje in obnašanje lahko organizaciji prinese pozitiven ugled in doda vrednost podjetju. Hkrati pridobimo zaupanje s strani vseh deležnikov, tako notranjih kot zunanjih. Da bi podjetje lahko bilo uspešno na dolgi rok, je relevantno, da deluje v skladu z etičnimi načeli (Zečirovič, 2018).

V podjetju imamo proces poslovanja, ki je sestavljen iz več funkcij, kot so nabavna, proizvodna, finančna, kadrovska in prodajna funkcija. Vsaka funkcija ima opredeljeno etiko za svoje področje. Takrat govorimo o nabavni, proizvodni, finančni, kadrovski in prodajni etiki. Vse predhodno našteje etike sodijo v širšo kategorijo, to je poslovno etiko. Sestavljajo jo načela in norme, kamor sodi tudi zahteva po etičnem ravnanju. Poslovna etika je v svetu podjetništva vse bolj pomembna, saj je od tega odvisno, ali bomo na dolgi rok uspešni ali ne. Držati se je treba etičnih načel, ki predstavljajo skupek poslovne etike in jih je treba upoštevati pri odločitvah, ki jih sprejemamo tekom poslovanja (Grah, 2004).

Poslovna etika razlaga, kako naj se ljudje v poslovnem svetu obnašajo v primeru, da se znajdejo na razcepu različnih vrednot. S to trditvijo praviloma lahko razlagamo ne le poslovno etiko, temveč tudi etiko poslovnega komuniciranja. V podjetniškem svetu se človek na podlagi etike in normativnih pravil, kot so kodeksi in standardi, odloči, na kakšen način bo ukrepal, in sicer kadar gre za pravice, dolžnosti in dobrobit do samega sebe, zaposlenih v podjetju in tudi do okolja organizacije. Ko se posameznik drži načel poslovne etike, s tem prispeva ne le k samemu ugledu in izboljšanju uspešnosti podjetja, ampak pozitivno vpliva tudi na širšo družbo (Wikipedia, 2020).

V sodobnem in modernem svetu se vrednote in cilji podjetja kažejo predvsem v skrbi za zaposlene in za kupce. Prav tako moramo k vrednotam in ciljem prišteti tudi skrb za konkurenco in okolje. Če želijo podjetja danes ravnati etično, morajo gledati na potrebe družbe in potrebe delavcev, saj bodo lahko le s tem gradili na uspešnosti podjetja ter skrbeli za svoj razvoj in konkurenčnost na trgu (Wikipedia, 2020).

Poslovno etiko lahko interpretiramo kot skupek moralnih etičnih načel, ki se uporabljajo samo in izključno na poslovnih področjih (Pačnik, 2016).

Poslovna etika ima velik vpliv na uspeh organizacije, kar vodi do večje zaveze sodelavcev, večjega zaupanja vlagateljev in tudi strank. Da bi lahko spodbujali etičnost v podjetju, je treba zaposlene pravilno spodbuditi. Obstaja veliko načinov, med drugim sem prištevamo varnost na delovnem mestu, konkurenčne plače itn. Oseba v celotnem življenju na delovnem mestu preživi približno eno tretjino svojega časa, zato je izjemno pomembno, kako se zaposleni v organizaciji počutijo. Večja verjetnost obstaja, da bodo bolj motivirani in produktivni, če se bo podjetje zavzemalo in skrbelo za njihovo počutje, prav tako bodo tudi bolj predani podjetju in njegovim ciljem. Zaposleni, ki

delujejo na zanesljivem delovnem mestu, lahko na podlagi tega pričakujejo, da bodo s strani nadrejenih in ostalih zaposlenih obravnavani s spoštovanjem (Roškar, 2018).

Velik pomen na področju poslovne etike ima tudi zvestoba vlagateljev. Dandanes je skrb zaradi etike in ugleda podjetij, v katera vlagajo, precej prisotna. Na eni strani se vlagatelji zavedajo pozitivnih lastnosti, ki jih prinese etična klima, po drugi strani pa se zavedajo, da lahko razne tožbe in kazni negativno vplivajo na lojalnost kupcev in da lahko postanejo grožnja za obstoj ter preživetje podjetja. Pomembno je, da v odnosu z vlagatelji ohranjamo zaupanje, zanesljivost in zvestobo (Roškar, 2018).

Eden izmed pomembnejših dejavnikov za uspešno in učinkovito poslovno strategijo je zadovoljstvo strank. Podjetje mora stremeti k temu, da nenehno razvija, spreminja in dopolnjuje svoje produkte in s tem sledi kupčevim željam in potrebam, saj le tako lahko organizacija dolgoročno obdrži kupca. Prav tako se lahko s ponavljajočimi se nakupi kot trajnimi odnosi gradi na spoštovanju in dolgoročnem sodelovanju. Vedno je treba imeti v mislih, da se zadovoljni kupci vedno znova vračajo, razočarani pa o slabi izkušnji obveščajo druge. Ko se s kupcem ohranja nekakšna stabilna vez, se gradi tudi konkurenčni položaj organizacije na trgu (Roškar, 2018).

Če podjetje ne bi bilo finančno uspešno, ne bi moglo razvijati in oblikovati poslovne etike podjetja. Tista podjetja, ki imajo več sredstev (izločimo velikost organizacije), lahko bolje skrbijo za boljše izvajanje aktivnosti, ki jih povezujemo z družbeno odgovornostjo (Roškar, 2018).

1.2.1 Zunanji udeleženci poslovne etike

V poslovni etiki ločimo zunanje in notranje okolje. Poslovno etiko zunanjega okolja opredeljujemo kot razmerje poslovnih partnerjev podjetja in konkurentov. Morala managerjev predstavlja eno izmed glavnih stvari, na podlagi katere določajo strateške smernice in cilje organizacije ter postavljajo in odslavljajo managerje. Managerji pri svojih odločitvah stremijo k čim večjemu upoštevanju ciljev, interesov in vrednot lastnikov oziroma razpolagalcev z organizacijo. Vsaka organizacija stremi k čim višji donosnosti vloženega kapitala. Gre za to, da lastniki oziroma razpolagalci sprejemajo odločitve o kratkoročni ali dolgoročni naravnosti ter o upravljanju z ustvarjenim dobičkom, kamor prištevamo izplačila oziroma vlaganja v organizacijo (Tavčar, 2008, str. 75).

1.2.2 Notranji udeleženci poslovne etike

Na delovanje organizacije imajo velik vpliv tudi interesi notranjih udeležencev, ki z delovanjem vplivajo na uspešnost podjetja. O poslovni etiki v notranjem okolju govorimo, kadar se sprejemajo odločitve in delovanje vseh zaposlenih. Med notranje

udeležence organizacije štejemo vse od najvišjih do najnižjih managerjev, strokovne službe, kvalificirane in nekvalificirane izvajalce ter tehnostrukturo. Da lahko managerji uspešno upravljajo in vodijo organizacijo, je zelo pomembno motiviranje sodelovanja notranjih udeležencev. Brez prave spodbude managerji ne morejo uspešno opravljati svojega dela, to je uspešno voditi organizacije (Tavčar, 2008, str. 75 –76).

1.3 Etične dileme v poslovanem svetu

Etična dilema nastopi takrat, ko etična načela preidejo v konflikt. Primer poslovne etične dileme bi lahko bil, da dobavitelj pošlje povabilo za piknik ob koncu tedna. Tukaj nastane vprašanje in etična dilema – ali povabilo sprejeti ali ne. Gre za to, da se ob takšnih etičnih dilemah sprašujemo, kako pravilno ravnati. Ko splošno etično dilemo nekoliko omejimo na poslovni prostor, govorimo o nastanku poslovne etične dileme, ki nastane v odnosu med sodelavci, soudeleženci v poslu in ob nesoglasjih med politiko podjetja in okoljem. Etične dileme so pogost pojav našega življenja. Lahko pozitivno vplivajo na nas, in sicer spoznavamo sebe in ljudi okoli nas. Ne smemo stremeti k življenju brez etičnih dilem, ampak moramo predvsem iskati različne možnosti, kako jih rešiti (Saop d.o.o., 2015).

Poznamo več vrst etičnih dilem (Žlajpah, 2001):

– Etične dileme med ljudmi

Ko managerji sprejemajo odločitve, imajo le-te vpliv na mnoge posameznike za notranje in zunanje skupine v in izven podjetja. Govorimo o primarnih in sekundarnih skupinah. Primarna skupina vključuje notranje udeležence, ki imajo pravno formalno razmerje s podjetjem in zaposlenimi – stranke, dobavitelji, delničarji in vlagatelji. Med sekundarne pa sodijo zunanje skupine, ki s podjetjem nimajo neposredne povezave, vendar je kljub temu poslovanje podjetja v njihovem interesu, npr. mediji. Odločitve morajo temeljiti na različnih interesih, da bi zadovoljile širok krog posameznikov.

– Etične dileme podjetja

Tukaj se morajo managerji odločati predvsem o etičnih dilemah, kot so odnos podjetja do zaposlovanja žensk in invalidov, varnost pri delu, dobra komunikacija, skrb za trajnostni razvoj itn. Podjetja morajo imeti spoštljiv odnos do zaposlenih ter s tem skrbeti, da ne kršijo njihovih pravic. V podjetjih velikokrat pride do spornih etičnih situacij, ko se morajo ženske ob sklenitvi pogodbe o zaposlitvi zavezati, da še nekaj let ne bodo imele otrok. Takšne etično sporne situacije veljajo za diskriminirane in so etično neupravičene.

– Etične dileme po funkcijskih področjih

Etične dileme nastajajo v računovodstvu, financah, trženju in na ostalih področjih. Zavedati se je treba, da so etične dileme prisotne vsak dan. Računovodski izkazi na področju računovodstva predstavljajo osnovo za sprejemanje poslovnih odločitev. V ta namen so po vsem svetu razvita računovodska načela, ki so osnova za etično ravnanje podjetij. Na področju financ lahko v primeru neupoštevanja etike pride do zlorab zaradi trgovanja z notranjimi informacijami na finančnem trgu, nepoštenega odnosa med kreditojemalcem in kreditodajalcem itd. Tudi področje trženja ima razvite kodekse etičnega obnašanja. V trženju lahko nastanejo različne etične dileme, in sicer pri cenah, promociji, oglaševanju, tržnih raziskavah itn.

Ko v organizaciji pride do takšne dileme, je naloga managerja, da na podlagi interesov različnih skupin v in tudi zunaj podjetja uskladi te interese, da ugotovi vsem vpletenim, kolikor je mogoče. Do etičnih dilem prihaja iz različnih razlogov. Med te sodijo osebni sebični interesi, nasprotovanja poslovnih ciljev, konflikti med osebnimi vrednotami in konkurenčne grožnje. Pred vsako dilemo je treba presoditi, o kakšni odločitvi mora management presojati, in sicer, ali gre za dobro ali zlonamerno odločitev. Tako nastanejo nasprotja in konflikti med posameznikovimi načeli in vrednotami, katerih je neskončno. Da bi bilo etičnih dilem v poslovnem svetu manj, mora manager obvladovati potrebe s spodbujanjem, nagrajevanjem in nadomeščanjem, če je to potrebno. Neskladja bodo vedno prisotna v managerjevem vsakdanu, saj jih ni mogoče izbrisati (Žlajpah, 2001).

V podjetjih glede na izvor dileme ločimo etične dileme, nastale v zunanjem in notranjem okolju. Etična dilema v zunanjem okolju nastane med organizacijo in poslovnimi partnerji ter konkurenti, in sicer zaradi prevelikega ravnanja v korist interesov lastnikov. To ravnanje ni vedno v skladu z interesi preostalih udeležencev. Na drugi strani imamo dileme, ki nastanejo v notranjem okolju, in sicer med managerji in zaposlenimi. Tukaj se nanašamo na delovne pogoje, osebni razvoj in nagrajevanje (Tavčar, 2008, str. 50).

Ko govorimo o zaposlenih oziroma sodelavcih v podjetju, se nanašamo tudi na managerje (vršni, srednji in izvajalni), katerih namen je razvijati organizacijo, zaposlovati dobre sodelavce, delati na konkurenčnosti samega podjetja ter omogočiti podjetju rast in razvoj. Velikokrat se znajdejo v etični dilemi med njihovimi etičnimi vrednotami in dejanji, v katere jih sili delovanje organizacije. Vsakodnevno so obdani s pritiski udeležencev, saj lahko zaradi napačne odločitve tega izgubijo zaupanje (Tavčar, 2008, str. 50–51).

Etične dileme nastajajo v različnih delovnih razmerjih, kamor uvrščamo varnost zaposlitve, opozarjanje na nepravilnosti, varovanje poslovnih skrivnosti, diskriminacijo pri zaposlovanju, nepravilnost pri nagrajevanju, razporejanju, napredovanju in usposabljanju ter spolno nadlegovanje (Tavčar, 2008, str. 50–51).

V svetu podjetništva vedno znova nastajajo etične dileme. Gre za situacijo dveh enakovrednih največkrat enako neprijetnih možnosti. Imamo dve alternativni, ki nasprotujeta druga drugi. Nastane neprijetna situacija, ki za nobeno stran ne prinaša zadovoljivega izida. Prioriteta managerjev je čim hitreje prepoznati etično dilemo in jo rešiti oziroma preprečiti. Imamo štiri poglobitve razloge za nastanek etičnih dilem. Prva so osebne sebične vrednote in interesi. Tukaj govorimo o koristi, egoizmu in pohlepnosti, ki nastanejo zaradi nasprotja z interesi drugih. Egoistično naravnani ljudje stremijo k izpolnitvi svojih želja. Ne ozirajo se na to, ali bodo s svojo odločitvijo povzročili škodo drugi osebi, organizaciji ali celotni družbi. Ljudje s takšno miselnostjo ne spoštujejo etičnih načel, prav tako pa sta zanje pomoč in žrtvovanje za druge nekaj čisto nerazumljivega. Tukaj je naloga managerjev, da pred zaposlitvijo nove osebe pazijo na take osebe (Žlajpah, 2001).

Vsaka organizacija želi svoj dobiček zavarovati, hkrati pa stremi k boljšemu in uspešnejšemu poslovanju od konkurence. To je tudi velikokrat razlog za neetično delovanje. V podjetjih z nizkim dobičkom hitreje pride do nezakonitega delovanja, medtem pa v podjetjih z dobrimi rezultati lahko prihaja tudi do materialistične naravnosti, kar vodi v neetične aktivnosti. Dogaja se tudi, da se cilji in metode organizacije ne usklajujejo s prepričanji in interesi sodelavcev. Njihov namen je, da z javnim izražanjem ne želijo poslabšati situacije, temveč želijo opozoriti in spodbuditi organizacijo, da svoja dejanja popravi. To je tretji razlog, zaradi katerih v organizacijah in poslovnem svetu prihaja do dilem. Konflikt nastane v nasprotnih interesih nadrejenega proti interesom zaposlenih (Žlajpah, 2001).

Kot četrti razlog za nastanek etične dileme pa so nasprotja različnih kultur, in sicer težava nastane, ko podjetje pri svojem poslovanju ne upošteva oziroma deluje po domačih etičnih načelih in ne tistih, po katerih bi moral. Različne države in regije imajo različna načela in temeljne vrednote, s pomočjo katerih se oblikujejo etične vrednote. Določeno ravnanje je v neki državi popolnoma sprejemljivo, medtem ko v drugi ni. Ta odnos je viden pri zaposlovanju žensk v islamskih in evropskih državah, ki se vidno razlikuje. Takšne vrste dilem največkrat nastanejo v mednarodnih podjetjih in multinacionalkah (Žlajpah, 2001).

1.4 Etično odločanje

Da lahko obvladujemo organizacijo, so relevantnega pomena etične odločitve, ki predstavljajo temeljno vlogo vsakega managerja. Njihov cilj je težiti k skupnim etičnim ciljem in delovati moralno ter s tem potrditi njihovo etičnost, pravičnost in zvestobo. Ko manager sprejema odločitve, je vedno znova postavljen pred težko nalogo. Velikokrat se zgodi, da mora sprejemati odločitve na podlagi interesov udeležencev, ki si med seboj nasprotujejo. Tukaj morajo paziti, saj lahko hitro izgubijo zaupanje ene izmed strani. Hkrati pa morajo delovati v smeri ciljev podjetja, eden izmed teh je povečanje dobička.

Ni pomembno delovati samo v smeri zviševanja profita, biti morajo strokovni in etični. Da bi bili vzor in zgled ostalim zaposlenim, morajo o svoji presoji dobro premisliti. Pri presojanju morajo biti pozorni tudi na skladnost med sprejetimi odločitvami in na drugi strani zakonom ter etičnimi kodeksi. V nasprotnem primeru lahko povzročijo škodo posamezniku ali organizaciji (Svetic & Bertonec, 2015).

Poznamo tri vrste odločanja (Tavčar, 2008, str. 81):

- Rutinsko. To so enostavne in ponavljajoče se odločitve. Sem sodijo odločitve, sprejete na podlagi predvidljivih dogajanj, na podlagi katerih lahko managerji sprejemajo odločitve hitreje in učinkoviteje.
- Analitično. Tukaj govorimo o odločitvah po modelu, metodi in algoritmu, upoštevajoč dogajanja v okolici. Gre za težko sprejete odločitve, saj so pri tovrstnih odločitvah prisotni zapleteni modeli in metode.
- Ustvarjalno. Odločitev izhaja iz podzavesti odločevalca, pridobljena je na podlagi znanja, izkušenj in njegovih osebnostnih značilnosti.

Pri odločitvah je pred nas postavljeno nekaj možnih odločitev. Da se odločitev sprejme, potrebujemo sodila in usmeritve. Pri rutinskem odločanju so to pravila, pri analitičnem metode in modeli ter v zadnjem, intuitivnem oziroma ustvarjalnem znanje, izkušnje in zmožnosti (Tavčar, 2008, str. 81).

Moralen manager mora delovati tako, da uresničuje cilje in vizijo podjetja ter sprejema odločitve na način, da so te koristne oziroma prinašajo korist vsem osebam v organizaciji. Gre za t. i. etično moralne odločitve, ki morajo temeljiti na vrednotah vseh udeležencev v organizaciji (Merlak, 2011).

»Manager se mora pri etičnem odločanju malo opreti na ekonomske mehanizme v družbi, zlasti na t. i. tržne zakonitosti. "Nevidna roka" Adama Smitha (1776) naj bi v pogojih popolnega tržišča dolgoročno nagrajevala in kaznovala dobre in slabe odločitve managerjev.« (Tavčar, 2008, str. 77).

1.5 Etične dileme in odločitve v času covid-19

Ko managerji sprejemajo odločitve, morajo biti izredno pozorni, da sprejemajo odločitve etične dimenzije, hkrati pa, da jih te sprejete odločitve pripeljejo do boljšega vodje. Vsi poznamo svet v času pandemije covid-19. Managerji so bili postavljeni pred izjemno težke naloge. Gre za čas negotovosti, kjer je bila stopnja strahu in osamljenosti med zaposlenimi pogosto visoka (Drašček, 2020).

Postavljala so se etična vprašanja in dileme, kaj je prav in kaj narobe. Vse dražja pa postaja tudi medicina, ki predstavlja velik etični problem, saj namreč tudi bogatejše države vedno težje sledijo moderni medicini in njeni mehanizaciji (Ule, 2020).

V etičnem svetu nastajajo dileme, kot je npr. vprašanje, ali zaposlovati ženske in invalide. Raziskava o vplivu covid-19 na zaposlene ženske in neenakopravnost med spoli je pokazala, da je približno 82 % anketiranih žensk dejalo, da je pandemija covid-19 negativno vplivala na njihova življenja. Tukaj so poudarile negativne vplive, ki so nastali na duševnem in fizičnem področju, hkrati pa je nastalo ravnovesje med njihovim poklicnim in zasebnim življenjem. Ugotovitve so prinesle spoznanje, da bi lahko pandemija povzročila škodo enakopravnosti spolov, ki je bila grajena veliko let. V raziskavi so poudarili, kako lahko kljub temu organizacije delujejo na tem, da podpirajo nadaljnje zaposlovanje in uspeh žensk (Deloitte, brez datuma).

Pandemija je v ospredje postavila neenakosti, ki so bile že prisotne v naši družbi. Nekateri etični izzivi niso bili novost in so bili znani, razlika je nastala v tem, da so dobivali nov pomen in prednost. Situacije in dogajanja med pandemijo med zaposlenimi in vodstvom so pripomogla k oblikovanju njihovega odnosa v prihodnjih desetletjih (Nelson, 2020).

Med pandemijo covid-19 so nastale tudi spremembe v delovnem okolju. Včasih so se zaposleni čutili premalo cenjene in spoštovane s strani podjetja, medtem ko je med pandemijo prišlo do situacij, kjer se zaposleni niso počutili dovolj varne pri opravljanju svojega dela. Razlog je bil ta, da so čutili grožnjo do lastnega življenja in življenja njihovih najdražjih (Nelson, 2020).

2 ETIČNI KODEKS

2.1 Opredelitev in pomen etičnega kodeksa

V tem poglavju spoznamo, kaj je to etični kodeks, kdaj in zakaj se uporablja ter kakšne vrste etičnih kodeksov poznamo. Na podlagi ključnih značilnosti kodeksov in intervjuja z direktorjem izbranega podjetja Severles, d. o. o., je v nadaljevanju v empiričnem delu podjetju sestavljen primeren etični kodeks.

Etični kodeks je eden izmed alternativ vpeljave poslovne etike v podjetje. Če želimo etiko in njene vrednote uveljaviti znotraj organizacije, je to možno narediti na več načinov, ki so lahko formalni ali neformalni. Pri neformalnem načinu gre za etično kulturo v organizaciji, medtem ko formalni način stremi k obstoju etičnega programa v organizaciji kot taki (Pen, 2021).

Opisujemo ga lahko tudi kot nekakšen vodnik načel, ki deluje po principu, da udeležencem pomaga pri uspešnem poslovanju. Etični kodeks zajema poslanstvo in vrednote organizacije in pa tudi možne pristope k problemom, hkrati pa vsebuje etična načela, ki temeljijo na vrednotah in standardih. Zajema tri področja – poslovno etiko, kodeks poklicnega ravnanja in kodeks ravnanja zaposlenih. Razvoj etičnega kodeksa je

v veliki meri odvisen od organizacije oziroma vodstva podjetja. Običajno in vedno bolj pogosto je, da imajo podjetja svoj etični kodeks, ki naj bi ga upoštevali vsi udeleženci podjetja. V primeru zlorabe ali kršitve le-tega lahko pride do vrste posledic, bodisi je to le opozorilo, pregled s strani komisije ali pa odpoved, odvisno od kršitve. V njem so namreč jasno določena pravila obnašanja. Namen etičnih kodeksov je, da se odpravi neetično delovanje vseh udeležencev organizacije (Hayes, 2022).

Etični kodeks lahko opredelimo tudi kot formalni dokument, ki vključuje moralne predpise in standarde. Njihova naloga je, da usmerjajo ravnanje vseh zaposlenih v organizaciji (Pačnik, 2016).

Kot smo že omenili, etični kodeks temelji na vrednotah podjetja in opredeljuje pravila primerne vedenja na delovnem mestu. Poznamo tudi kodeks ravnanja, ki je ožje področje etičnega kodeksa. Pri kodeksu ravnanja zajemamo vrednote, standarde in načela, ki opisujejo delodajalčeva pričakovanja s strani sodelavcev v podjetju. Kodeks ravnanja je določen s strani vodstva organizacije, kjer so navedena pričakovanja in etična načela, ki težijo k uspešnosti podjetja. Ko omenjamo kodeks ravnanja, je treba poudariti tudi to, da je skupaj z etičnim kodeksom združen v en dokument. Redkokatera organizacija ima ta dva kodeksa ločena. V kodeksu ravnanja lahko opredelimo tudi npr. kodeks oblačenja in politiko odmora (ValamisGroup, 2022).

Prednosti etičnega kodeksa za podjetje so (Dryka, brez datuma):

- V podjetju postavi pravo kulturo, s tem namreč želimo v okolju spodbuditi zaupanje, etično vedenje, integriteto in odličnost.
- Skrbi za dober ugled. Stranke raje sledijo podjetjem, ki jim zaupajo, in tistim, ki ravnajo v smeri etičnosti. Prav tako podjetja, ki posvečajo veliko pozornost etiki, lažje pridobijo zaupanje in vzpostavijo nek dolgoročen stik s partnerji.
- Pomaga preprečiti, da bi se zakoni in predpisi kršili.
- Pritegne odlične zaposlene, ljudje želijo, da bodo s strani organizacije in zaposlenih obravnavani pravično in etično.
- Spodbuja družbene spremembe. Tukaj želimo poudariti to, da živimo vsi na istem planetu, kjer obstaja omejena količina naravnih virov. Podjetja lahko začnejo spodbujati k pozitivnim družbenim spremembam.

Slabosti etičnega kodeksa (Petrović, 2012):

- Etični kodeksi so sestavljeni zelo podrobno in ne morejo zagotoviti, da bodo vsa področja neetičnega vedenja pokrita.
- Preveč splošni etični kodeksi za uporabo.
- Etični kodeksi ne predstavljajo vedno prioritete (npr. zalotimo sodelavca, ki je hkrati tudi dober prijatelj, pri ravnanju, ki organizaciji ne prinaša koristi – na tem primeru je možno videti, da je zvestoba zanemarjena).

Obstaja več razlogov in pomenov, zakaj je etični kodeks pomemben za podjetje. Eden izmed njih je ta, da v etičnem kodeksu opisujemo pričakovanja zaposlenih na delovnem področju, da bodo stremeli k izpolnjevanju ciljev in vrednot organizacije. Pri zaposlenih ohranja komunikacijo, tako med seboj kot s strankami, kar pozitivno vpliva na ugled in podobo organizacije v javnosti. Strmenje k uspehu je drugi razlog, zakaj je etični kodeks relevanten, in sicer na podlagi tega lahko sodelavci v podjetju vidijo predstavo o prihodnosti podjetja. V etičnem kodeksu je treba opredeliti tudi skrb do zaposlenih in metode, ki bodo pri tem uporabljene. S tem namreč preidemo na tretji razlog stopnje pomena etičnega kodeksa, tj. višja stopnja zadrževanja zaposlenih. Kot smo že omenili, je pomembno tudi zaupanje ne samo notranjih, temveč tudi zunanjih udeležencev. V primeru dobrega poslovnega etičnega kodeksa tega zagotovo ne bo zmanjkalo (Indeed, brez datuma).

Ko se podjetje odloči napisati svoj etični kodeks, mora v prvi vrsti vedeti oziroma določiti prioritete podjetja. Treba je vedeti, kako managerji sprejemajo ključne odločitve, saj bo s tem etični kodeks jasen in dobro razčlenjen ne samo notranjim, ampak tudi zunanjim udeležencem. V primeru, da je vrednota organizacije trajnostno delovanje, je dobro v etični kodeks vključiti tudi postavko o tem, kako si vsi v podjetju prizadevajo zmanjšati ogljični odtis. Dobro je v takšne razprave pred nastankom etičnega kodeksa vključevati tudi zaposlene z namenom, da tudi oni prispevajo svoje razmišljanje o tem, kaj bi želeli v etični kodeks vpeljati. V primeru, da podjetje že ima obstoječ etični kodeks, je dobro z zaposlenimi opraviti razpravo o izboljšavi le-tega. Kot že omenjeno, ne smemo mimo obnašanja na delovnem mestu. Jasno je treba opredeliti, kakšno vedenje organizacija od zaposlenega pričakuje (Indeed, brez datuma).

Ko se odločamo o etičnem kodeksu, je treba razmisliti in določiti nekoga, ki bo odgovoren za skladnost. Najbolje, da je to nekdo, ki že ima izkušnje s spoštovanjem etičnih postopkov, lahko je to nek zunanji delavec ali pa trenutni zaposleni. Za konec pa je seveda potrebna odobritev vodstva, saj je večja možnost, da bodo zaposleni sledili etičnemu kodeksu, če bo odobren s strani vodstva podjetja (Indeed, brez datuma).

Ko razpravljamo o pomenu etičnih kodeksov, moramo vedeti, da so lahko ti ciljno usmerjeni na člane poklicnih združenj v organizaciji ali pa so specifično opredeljeni le na organizacijo. Ker so v zgodovini kodeksi nastali kot odgovor na škandale in zlorabe, se ti večkrat osredotočajo na preprečevanje škandalov in ne na proaktivni cilj (Metcalf, 2014).

Pomembni elementi, ki jih je priporočljivo vključiti v etični kodeks podjetja (Gonzalez, 2022):

- Iskrenost. Znano je, da v primeru nezaupanja do ljudi tudi poslovanje ne more delovati tekoče.
- Integriteta. Odgovor na vprašanje, kako delati pravo stvar.

- Zvestoba. V etičnem kodeksu to pomeni ne samo delovati timsko, temveč tudi delovati v dobro podjetja.
- Poštenost. Zlato pravilo, ki pravi, da naj z drugimi ravnamo tako, kot bi si želeli, da drugi ravnajo z nami.
- Spoštovanje. Na delovnem področju je treba biti strokoven in spoštovati vse udeležence.
- Skladnost. V etični kodeks je relevantno vključiti tudi strmenje k spoštovanju zakona.
- Odgovornost. Pomembno je, da so zaposleni pri svojem delu odgovorni in da prevzemajo odgovornost za svoja dejanja.
- Odličnost. Gre za poziv zaposlenih, da se pri opravljanju svojega dela potrudijo maksimalno in da stremijo k odličnosti.
- Delati dobro. Stremeti je treba k temu, da svoje poslanstvo in vrednote pretvorimo v dejanja, ki bodo ostalim prinašala korist.

2.2 Vrste etičnih kodeksov

Etični kodeksi zagotavljajo smernice, kako naj zaposleni ravnajo na delovnem mestu. Poznamo naslednje vrste etičnih kodeksov (CheggInc, brez datuma):

- Etični kodeks, ki temelji na skladnosti. Ta vrsta etičnega kodeksa zagotavlja smernice za obnašanje zaposlenih v organizaciji, hkrati pa so v njem opredeljene tudi kazni in sankcije v primeru kršitve ali zlorabe. Zaposleni so za oblikovanje etičnih kodeksov tudi pravilno formalno izobraženi.
- Etični kodeks, ki temelji na vrednotah. Te etične kodekse povezujemo z javnimi dobrinami in okoljem. Gre za to, da je v tem kodeksu določen ključni vrednostni sistem organizacije.
- Poklicni etični kodeks. Tukaj morajo strokovnjaki, npr. finančni svetovalci, upoštevati ločen kodeks ravnanja. Poklicni etični kodeks je treba registrirati.

2.3 Zgodovina etičnih kodeksov

Etični kodeks lahko opredelimo kot nekakšen odziv na razmere v današnjem času. Z vpogledom v preteklost lahko na ta način pridemo do ugotovitev, zakaj imajo danes tak pomen, ali pa morda pridemo do različnih ugotovitev, ki pripomorejo k izdelavi novega kodeksa ali k dopolnitvi že obstoječega. Prvi etični kodeksi so nastali na področju medicine. Segajo v sredino 20. stoletja, in sicer je njihov nastanek odgovor na odzive na pomembnejše dogodke in škandale. V splošnem so to etični kodeksi, ki so bili pridobljeni na podlagi motenj, kot so škandali, in odpirajo vprašanja o odgovornosti in zaupanju. Pred 20. stoletjem je bilo kodeksov relativno malo oziroma jih sploh ni bilo, medtem ko so danes zelo razširjeni, ponekod tudi obvezni in zajemajo številna področja (Metcalf, 2014).

V štiridesetih in petdesetih letih prejšnjega stoletja so obrambni odvetniki v sodbi proti nacističnim zdravnikom v Nürnbergu trdili, da zdravniki ne morejo odgovarjati za vojne zločine prav zaradi tega, ker zakonik ni predpisoval standardov raziskovalne etike, ki bi prepovedovali njihove eksperimente. Kasneje v šestdesetih in sedemdesetih letih 20. stoletja so v ZDA in zahodni Evropi zaradi sodbe proti nacističnim zdravnikom nastajali škandali. Na koncu so bili sprejeti kodeksi v Nürnbergu neustrezni in ovrženi. Prav zaradi teh raziskav, ki so povzročile javno nezaupanje, so pripravili pravila ravnanja in standardizacijo etičnih kodeksov (Metcalf, 2014).

2.4 Etični kodeks podjetja Walt Disney

Pri pregledu literature smo ugotovili, da ima družba Walt Disney dobro napisan etični kodeks, zato ga v nadaljevanju povzemamo. Veliko ljudi pozna podjetje Walt Disney, ki je v svetu prisotno že več kot 90 let. Prepoznamo ga po nekaterih najbolj priljubljenih likih in zgodbah na svetu. Pravijo, da so zasidrani v srcih milijonov ljudi zaradi univerzalnih likov in vsebin, ki so primerne za vso populacijo. Etični kodeks naključno izbranega podjetja je javno dostopen in razčlenjen na različne vsebinske sklope (Disney, brez datuma).

Podjetje je o etičnem kodeksu veliko razmišljalo in ga previdno sestavilo. Etični kodeks predstavlja unikaten dokument v podjetju. Etični kodeks podjetja Walt Disney je usmerjen in se osredotoča na šest sklopov (Walt Disney Company, 2017):

- Integriteta. S tem želijo poudariti standarde organizacije in ozaveščati vse udeležence v podjetju, da delajo, kar je prav, in da prevzemajo odgovornost za svoja ravnanja.
- Zaupanje. Kot smo že omenili, je v vsakem podjetju nujno zaupanje. Tako menijo tudi v podjetju Walt Disney, kjer pridobijo zaupanje s predanostjo drug do drugega.
- Timsko delo. V sklopu timskega dela želijo poudariti, da je treba delovati timsko, saj to pripelje do boljšega poslovanja podjetja.
- Poštenost. Njihovo poslovanje temelji na javnem zaupanju in pričakovanju strank in gostov.
- Igranje po pravilih. Od zaposlenih pričakujejo, da bodo pri poslovanju delovali konkurenčno, a kljub temu spoštovali pravila.
- Spoštovanje. Želja v podjetju je, da končnim uporabnikom prinesejo dobro voljo s kakovostnimi produkti in storitvami, poleg tega pa tudi korist lokalnim skupnostim.

2.5 Etični kodeks v malih podjetjih

Zakon o gospodarskih družbah (ZDG-1) (Uradni list RS, št. 65/09) v 55. členu opredeljuje mikro, majhne, srednje in velike družbe. Na podlagi povprečnega števila delavcev v poslovnem letu, čistih prihodkov od prodaje in vrednosti aktive se razvrščajo v eno izmed omenjenih družb. Mikro in majhna družba sta v ZGD-1 opredeljeni kot:

- Mikro družba. Opredeljena je kot družba, ki izpolnjuje dve od treh meril, in sicer v poslovnem letu povprečno število zaposlenih ne presega 10, čisti prihodki od prodaje ne smejo presegati 700.000 evrov, vrednost aktive pa mora znašati do 350.000 evrov.
- Majhna družba. Opredeljena kot družba, ki izpolnjuje dve od treh meril. Povprečno število delavcev v poslovnem svetu ne presega števila 50, čisti prihodki od prodaje znašajo do 8.000.000 evrov in vrednost aktive ne sme presegati 4.000.000 evrov.

Blesingame (2022) navaja, da univerzalnega kodeksa poklicnega ravnanja in etike za mala podjetja ni. Vsi ljudje, tudi lastniki malih podjetij, se vedejo v skladu s svojimi etičnimi načeli po občutku poštene igre in naklonjenosti v pozitivnem smislu. Ko je pred nas postavljena dilema in ne vemo, kako se nanjo odzvati, velikokrat ni nikogar okoli nas. Obstajajo stari kodeksi, na katere se lastniki malih podjetij velikokrat obrnejo.

Male organizacije se vedno bolj odločajo za etične kodekse. Univerzalen etični kodeks za mala podjetja ne obstaja. Hkrati se zanj odločajo, ker organizacije in vodstvo vedno znova poudarjajo in izkazujejo svoje vrednote in etična načela (AmericanExpress, brez datuma).

3 PREDLOG ETIČNEGA KODEKSA ZA PODJETJE SEVERLES, D. O. O.

3.1 Namen in cilji raziskave

V empiričnem delu zaključne strokovne naloge smo pripravili predlog etičnega kodeksa za lesno podjetje Severles, d. o. o. (brez datuma), ki je v nadaljevanju tudi bolj podrobno predstavljeno. Izvedli smo intervju z direktorjem podjetja in zaposlenim ter povzeli ključne ugotovitve.

Namen zaključne strokovne naloge je potrditi pomen etičnega kodeksa v organizaciji in hkrati čim bolj razširiti pomen etičnega delovanja posameznika na organizacijo ter obratno. Hkrati je namen ugotoviti, kakšen odnos imajo zaposleni v podjetju do etike in etičnega kodeksa ter kakšno je njihovo razmišljanje o tem in ali vidijo smisel v tem, da

bi se predlagan etični kodeks uvedel v podjetje, po njem pa bi se zaposleni morali ravnati v primeru, da bi prišlo do neetične situacije.

Cilj empirične raziskave, ki temelji na intervjuju z direktorjem in zaposlenim v podjetju Severles, d. o. o. (brez datuma), je ugotoviti, ali bi predlagani etični kodeks lahko uveljavili v izbranem podjetju in ali bi bila vpeljava smiselna. Namreč gre za malo podjetje z le nekaj zaposlenimi. Podjetje do sedaj ni imelo lastnega etičnega kodeksa. Na podlagi intervjuja z direktorjem in zaposlenim v izbranem podjetju, ter na podlagi predlaganega etičnega kodeksa je cilj ugotoviti, ali bi bil predlagan kodeks lahko tudi splošna predloga, ki bi jo lahko uporabila druga mala podjetja. To je ena izmed možnosti, pri kateri pa morajo druga mala podjetja ta kodeks ustrezno prilagoditi svoji dejavnosti.

Z empiričnim delom raziskave želimo priti do odgovorov na naslednja vprašanja:

- Ali podjetje deluje po smernicah etičnega kodeksa kljub temu, da ga do sedaj ni imelo?
- Ali bi bilo smiselno in učinkovito vpeljati predlagan etični kodeks v izbrano podjetje?
- Ali bi lahko predlagan etični kodeks kot predlogo uporabila tudi ostala mala podjetja?

3.2 Metodologija

Da bi pridobili potrebne informacije in podatke, smo se odločili za metodo intervjuja, ki smo ga opravili 19. septembra 2022. V intervju sta vključeni dve osebi, in sicer direktor in zaposleni, oba moškega spola. Prav tako sta oba različnih starosti, saj smo na podlagi tega prišli do različnih pogledov na etiko in etični kodeks. Skupno jima je to, da sta v tem podjetju že od začetka njunega poklicnega življenja, hkrati pa imata tudi redne stike s strankami.

Odločali smo se med dvema metodama, tj. intervju oziroma anketa. Izbrali smo strukturiran intervju in vnaprej pripravili vprašanja. Razlog, da smo izbrali metodo intervjuja, je bil v tem, da gre za malo podjetje, kjer sta trenutno le dve zaposleni osebi. V tem primeru je bilo smiselno izbrati prav to metodo, saj smo se vprašanjem lahko popolnoma posvetili in pridobili natančne informacije o njunem razmišljanju o predlaganem etičnem kodeksu, kar je pripomoglo k temeljitejši in boljši raziskavi.

Intervju je sestavljen iz devetih vprašanj, kjer sta prvi dve vprašanji namenjeni splošnemu poznavanju etike in etičnemu delovanju podjetja. Preostalih sedem vprašanj se nanaša na pomen in smiselnost etičnega kodeksa za izbrano podjetje.

Podjetje Severles je lesno podjetje, ki je na trgu prisotno že več kot stoletje. Ustanovljeno je bilo leta 1880, ko je družina Sever kupila žago in mlin ter po tem uspešno nadaljevala svojo poslovno pot in zgodbo predelave lesa. Podjetje ponuja različne vrste storitev, kot so žaganje, skladiščenje, namensko žaganje hlodovine ter priprava in obdelava različnih vrst lesa. Kot konkurenčno prednost izpostavljajo hitro prilagodljivost končnim uporabnikom in njihovim željam in potrebam. (Severles d.o.o., brez datuma).

Podjetje ima poleg zgoraj omenjenih storitev tudi prodajalno lesa, kompostnikov, vrtnih gred in manjših končnih lesenih izdelkov (masivni leseni stoli, stenske police itn.). Stranka se lahko odloči tudi za opravljanje različnih storitev – na primer skobljanje lesa, žaganje hlodovine, razrez lesa, krtačenje lase, v ponudbi pa imajo tudi obdelavo lesa po naročilu in odkup hlodovine (Severles, d.o.o., brez datuma).

3.3 Predlog etičnega kodeksa za podjetje Severles, d. o. o.

Predlog etičnega kodeksa za izbrano podjetje Severles, d. o. o. (brez datuma) je sestavljen na podlagi pomembnih dejstev in elementov iz teoretičnega dela naloge. Temelji predvsem na vrednotah podjetja.

Namen etičnega kodeksa podjetja Severles, d. o. o. (brez datuma), je spodbujanje poslovne etike, povečevanje ugleda zaposlenih in celotne družbe ter skrb za zadovoljstvo kupcev in medsebojno spoštovanje. Etični kodeks je namenjen in velja za vse zaposlene v podjetju ter skrbi za enotnost v razumevanju in spoštovanje temeljnih vrednot podjetja. Prav tako vključuje tudi druge organizacije, ki poslujejo s podjetjem.

Vsakemu novemu zaposlenemu se na začetku v tiskani obliki priloži etični kodeks podjetja, ki ga ta sprejme s podpisom. Etični kodeks podjetja je usmerjen in se osredotoča na osem sklopov:

- Kakovost izdelkov in storitev. V podjetju stremimo k temu, da izdelke in storitve izvajamo z največjo stopnjo kakovosti.
- Spoštovanje človekovih pravic. V podjetju delovni čas zaposlenih traja osem ur od ponedeljka do petka. Zaposleni imajo pravico in možnost polurnega odmora za malico.
- Odgovornost. Vsi zaposleni v podjetju se morajo zavedati odgovornosti, ki jo imajo do strank in ostalih udeležencev v podjetju. Treba je skrbeti za točnost rokov dobave in nakazil, to pa pričakujemo tudi od vseh poslovnih partnerjev. Zaposleni morajo biti odgovorni in morajo prevzemati odgovornost za svoja dejanja. Pomembno je, da zaposleni delujejo v dolgoročno korist podjetja.
- Varnost pri delu. Ker delujemo v okolju, kjer je prisotnih veliko različnih strojev, je naša najvišja prioriteta varnost zaposlenih. Stroji so redno servisirani in pregledani, v primeru zaznane napake se to sporoči nadrejenim. Za kakovostno

in uspešno opravljeno delo je potrebno varno in zdravju primerno delovno okolje.

- Zvestoba in zaupanje zaposlenih. Od zaposlenih se pričakuje, da so svojemu delu predani in da ga opravljajo čim bolj kakovostno in v dogovorjenem času. Od zaposlenih se pričakujeta sodelovanje in pomoč, če sta potrebna.
- Zvestoba kupcev. V podjetju si želimo dolgoročnega uspeha, ki ga bomo pridobili z vzajemnim zaupanjem. Končnim kupcem podajamo realne informacije, ki ustrezajo merilom resničnosti, in jih ne zavajamo.
- Prilagodljivost končnim uporabnikom. Pri svojem delu skrbimo za hitro prilagodljivost kupcem. Skrbimo za sprotno informiranje kupcev preko elektronske pošte ali mobilnega telefona.
- Spoštovanje etičnega kodeksa. V podjetju skrbimo, da sledimo najvišjim etičnim in moralnim načelom. V primeru neetičnega ravnanja le-tega sankcioniramo in izdamo primerne disciplinske ukrepe.

3.4 Analiza intervjuja in učinkovitost predlaganega etičnega kodeksa za podjetje Severles, d. o. o.

Pripravljen etični kodeks smo pokazali dvema zaposlenima, s katerima smo naredili intervju. Intervju sta sestavljali dve vprašanji o etiki in etičnem delovanju podjetja ter sedem vprašanj o pomenu etičnega kodeksa za podjetje Severles, d. o. o. (brez datuma). Želeli smo ugotoviti, kakšen pomen dajeta zaposlena etičnemu kodeksu, ter jima predlagati, da ga uvedeta v svoje poslovanje.

Prvo vprašanje intervjuja se je nanašalo na to, kakšno razlago in pomen bi pripisali besedi etika. Direktor je povedal, da v podjetju stremijo k etičnemu delovanju cel čas, niso etični samo do strank, ampak je pomembno spoštovati tudi temeljna načela podjetja. V primeru, da bi prišlo do kakšne zlorabe, bi to vsekakor ustrezno sankcionirali. Etiko je označil kot pravilno moralno ravnanje oseb drug do drugega. Isto vprašanje smo zastavili zaposlenemu, ki je odgovoril s podobnim odgovorom kakor direktor. Povedal je, da etika proučuje vedenje posameznika in razlaga, kaj je prav in kaj narobe. Prav tako je povedal, da v podjetju delujejo etično in da se ne glede na hierarhično postavitev delovnih mest obravnavajo s spoštovanjem. Prav tako je ob vsem tem zaznati, kdo ima glavno besedo, tj. avtoriteto.

Intervjuvani osebi sta pri prvem vprašanju deloma odgovorili že na drugo vprašanje, kjer smo želeli izvedeti, kako bi opredelili etično delovanje podjetja. Direktor je poudaril, da ni pomembno le spoštovanje, ampak tudi zaupanje. Treba je pridobiti zaupanje vseh udeležencev organizacije, saj le tako lahko ta posluje z dolgoročnim uspehom. Prav tako je povedal, da je treba biti pravičen in odgovoren pri opravljanju svojega dela. To, kar daš, tudi dobiš. To so bile besede, s katerimi je poudaril pravičnost. V nasprotnem primeru ne moreš v zameno nečesa pričakovati. Pomembna je tudi

kakovost izdelkov in pa kakovost opravljenih storitev. Zaposleni je tukaj želel dodati, da je pri opravljanju dela treba prevzemati odgovornost. Zavedajo se, da delujejo na področju, kjer tega ne smejo spregledati. Veliko so na terenu in v stiku s strankami. Dejal je, da je treba prevzeti odgovornost in ravnati pravilno in etično, ko pride do kakšnega nesporazuma. Če nastane nesporazum med zaposlenim in stranko, ga bo poskušal odpraviti. Ko vidi, da ne bo šlo, se vmeša direktor, ki ima pri tem zadnjo besedo.

Pri tretjem vprašanju nas je zanimalo, kakšen pomen bi imel etični kodeks v primeru, da bi v podjetju že obstajal. Direktor je poudaril, da v podjetju delujejo kar se da etično in moralno, želijo biti spoštljivi, pravični, prevzemati odgovornost in v delovnem okolju zagotoviti najvišjo stopnjo varnosti. Podjetje deluje v taki dejavnosti, kjer je treba poskrbeti za ustrezno varnost in zdravje pri delu zaposlenih. Oba sta menila, da v podjetju manjka etični kodeks, saj v določenih situacijah ne vedo, kako se vesti in bi potrebovali napisan dokument, po katerem bi delovali v primeru podobne situacije.

Četrto vprašanje je bilo, ali bi etični kodeks pripomogel k redu in disciplini. Direktor je izpostavil, da zaposleni delujejo po določenih pravilih in da sta izpostavljena tako red kot disciplina. Izrazili so pozitivno razmišljanje o tem, da bi uvedli etični kodeks v njihovo podjetje in šele nato bi lahko povedali, ali bi ta imel kakšen vpliv na red in disciplino. Z njim se je strinjal tudi zaposleni, dejal je, da je v podjetju vzpostavljen red, ki se ga je treba držati. S tem namreč zaposleni izkazuje svojo odgovornost in spoštovanje, ki ga ima do nadrejenega in organizacije.

V petem vprašanju smo želeli izvedeti, kako bi se po njihovem mnenju spremenil proces samega poslovanja. Direktor ni bil povsem prepričan, ali bi lahko etični kodeks očitno spremenil procese in poslovanje v podjetju. Je pa zatrdil, da bi vpeljava etičnega kodeksa prinesla podjetju le pozitivne učinke. Zaposleni na ta odgovor ni izrazil posebnega razmišljanja.

Šesto vprašanje se je glasilo, ali bi lahko z etičnim kodeksom zmanjšali neetično ravnanje v podjetju. Direktor je rekel, da je v podjetju zares malo oziroma skoraj nič takšnih dejanj. Je pa izrazil željo, da bi bilo v takem primeru dobro imeti dokument, kjer bi se v takih situacijah znali pravilno odzvati. Zaposleni je dejal, da s strani podjetja in zaposlenih nikoli ni bilo zaznati kakšnih neetičnih ravnanj, se je pa strinjal z odgovorom direktorja, da si želi čim manj neetičnih situacij. Če bi do njih prišlo, bi s pomočjo etičnega kodeksa lahko vedeli, kakšno sankcijo zoper njih uvesti.

Pri sedmem vprašanju smo želeli ugotoviti, ali bi zaposleni bolj spoštovali vrednote podjetja, če bi imelo podjetje etični kodeks. Direktor je tukaj brez razmišljanja povedal, da bi se to vsekakor poznalo. Vrednote bi bile napisane v nekem dokumentu in bi bile tudi javno dostopne. Meni, da bi lahko na ta način še bolj poudarili vrednote, ki jih ima

podjetje. Zaposleni je povedal, da se mu zdi, da v podjetju premalo poudarjajo vrednote, zato meni, da bi etični kodeks pripomogel k izboljšanju tega.

Osmo vprašanje intervjuja je bilo, ali bi se odnosi notranjih udeležencev kaj spremenili v primeru vpeljave etičnega kodeksa v podjetje. Na to vprašanje sta intervjuvanca odgovorila že pri prejšnjih vprašanjih. Namreč dejala sta, da se v podjetju med seboj vsi razumejo, komunikacija poteka tekoče, prav tako je prisotno spoštovanje, zaupanje drug do drugega in občutek varnosti, ki je tudi relevantnega pomena. Oba menita, da je dobro imeti napisane vrednote in načela podjetja.

V zadnjem, devetem vprašanju smo želeli ugotoviti, ali bi se odnosi z zunanjimi udeleženci kaj spremenili, če bi v podjetju obstajal etični kodeks. Direktor je potrdil in rekel, da bi po njegovem mnenju etični kodeks doprinesel k odnosom z zunanjimi udeleženci. Rekel je, da je danes v poslovnem svetu veliko prevar in zaradi tega pomanjkanje zaupanja. Zaupanje pa je ključ do dolgotrajnega uspeha. V podjetju imajo veliko poslovnih partnerjev, s katerimi sodelujejo že več kot dve desetletji. Imeli so tudi že slabo izkušnjo, zato meni, da bi etični kodeks lahko to preprečil. Zaposleni je potrdil odgovor direktorja, zraven pa želel dodati, da je treba imeti dobre odnose tako z zaposlenimi kot kupci, dobavitelji in vsemi poslovnimi partnerji. S tem namreč pride tudi zaupanje.

S tem se je intervju zaključil. Na koncu smo se zahvalili za njun čas, sodelovanje in iskrene odgovore.

3.5 Temeljne ugotovitve raziskave

Ko smo predlog etičnega kodeksa dali intervjuvanim osebam, so takoj povedali, da se jim ta zdi smiseln, vendar bi si želeli, da so vrednote čim bolj poudarjene. Predlog etičnega kodeksa se jim je zdel dobro razčlenjen, saj primerno poudarja vedenje zaposlenih na delovnem mestu, prav tako pa zajema še ostala pomembna področja. Etični kodeks je tudi jasno in razumljivo napisan.

Pri prvem vprašanju, ki smo si ga zastavili pred empiričnim delom, in sicer, ali podjetje deluje etično, čeprav nima obstoječega etičnega kodeksa, smo ugotovili, da podjetje deluje etično. Delujejo namreč na tem, da bi se med seboj spoštovali. Želijo vzpostaviti določeno raven kakovosti storitev in izdelkov ter delovati pravično, v primeru neetičnih ravnanj pa želijo primerno in ustrezno ukrepati.

Želeli smo priti tudi do odgovora, ali bi bila vpeljava etičnega kodeksa smiselna. Lahko povzamemo, da bi bila. Z intervjujem smo v večini dobili pozitivne odzive na predlagan etični kodeks. Edina pomanjkljivost, ki jo je izpostavil direktor, je bila ta, da bi si želeli še malo več poudarka na vrednotah podjetja.

Predlagan etični kodeks je bil napisan za izbrano podjetje Severles, d. o. o. (brez datuma). Podjetje deluje v dejavnosti, kjer je treba zagotoviti varnost in zdravje zaposlenih na delovnem mestu, hkrati pa so potrebni dobri odnosi s strankami ter vsemi drugimi udeleženci, tako notranjimi kot zunanji. Menimo, da je etične kodekse treba večkrat pregledati in popraviti, in sicer iz dveh razlogov. Danes živimo v sodobnem svetu, zavedamo se, da gremo s časom naprej. Etični kodeksi zastarijo, če se ne posodablajo in popravljajo. Menimo, da smo dandanes priča novim etičnim dilemam, ki jih v preteklosti še ni bilo. Veliko etičnih dilem se je pojavilo prav s pandemijo covid-19. Na te etične dileme se je treba dobro pripraviti in jih skrbno preučiti.

Razmišljamo, ali bi bil napisan etični kodeks lahko podlaga drugim malim podjetjem. Kot smo že omenili v teoretičnem delu, gre za to, da sta si dve podjetji med seboj različni. Dejstvo je, da ne moreta imeti enega skupnega kodeksa in s tem misliti, da so vse etične dileme rešene. Obstaja možnost, da si s predlaganim etičnim kodeksom lahko mala podjetja pomagajo in ga uporabijo kot za predlogo, saj vsebuje tiste ključne elemente, ki jih potrebuje dobro zastavljen kodeks. Do najpomembnejših elementov smo prišli v teoretičnem delu s pomočjo elektronskih virov. S tem potrjujemo tudi tretje zastavljeno vprašanje o možnosti vpeljave etičnega kodeksa v druga podjetja.

SKLEP

Pri pisanju zaključne strokovne naloge smo spoznali, kakšen pomen ima etika v našem življenju in kolikšen pomen ima za svet podjetništva. Gre za to, da je etika prisotna v vsakdanu posameznika in vsak dan želimo stremeti k temu, da se bomo ravnali po etičnih načelih. Vsak človek ima svoje vrednote, zaradi katerih se med seboj razlikujemo. Tako kot to velja v svetu, velja to tudi v poslovnem svetu. Tudi organizacija ima svoja načela in vrednote, ki se jih poskuša držati in jim slediti. V organizaciji nastajajo nesporazumi prav zaradi različnih oseb, ki delujejo v organizaciji.

Iz tega lahko povzamemo, da se poslovni etiki ni mogoče izogniti. Etika je prisotna v vsakdanu vsakega posameznika kot organizacije. V teoretičnem delu zaključne strokovne naloge smo prišli do zaključka, da vsak dan sprejemamo odločitve o etičnih dilemah, ki nas obkrožajo. Na isti način deluje tudi organizacija, kjer je zaposlenih veliko ljudi in je vsak izmed njih drugačen. Zaradi tega prihaja do različnih interesov in tudi etičnih dilem, ki jih v podjetju rešujejo managerji.

Menimo, da je cilj vsakega podjetja delovanje na dolgi rok in biti uspešen na svojem področju. Do tega organizacija lahko pride z zaupanjem in spoštovanjem vrednot podjetja. S ciljem ne mislimo vedno profita, ampak tudi dolg obstoj na trgu.

V zaključni strokovni nalogi smo ugotovili, kolikšen pomen ima etični kodeks za podjetje. S pomočjo etičnega kodeksa lahko vsi udeleženci preberejo pričakovanja, ki jih ima podjetje do njih, bodisi so to spoštovanje vrednot in načel podjetja, zaupanje ter

zvestoba zaposlenih in zunanjih udeležencev. Ugotovili smo, da je etični kodeks dokument, ki je ciljno usmerjen na člane poklicnih združenj v organizaciji ali pa je specifično opredeljen le na organizacijo. Med pomembne elemente etičnega kodeksa spadajo iskrenost, integriteta, zvestoba, poštenost, skladnost itn.

Pridobili smo znanje o začetku etičnih kodeksov, ki segajo v 20. stoletje in so se pojavili s sodbo proti nacističnim zdravnikom. Poleg tega smo predstavili etični kodeks podjetja Walt Disney, družbe, ki je na trgu ohranila dolg obstoj. Prišli smo do ugotovitve, da je bil etični kodeks sestavljen previdno in da je bilo za njegovo izdelavo potrebno veliko razmisleka.

V empirični raziskavi smo na primeru podjetja Severles, d. o. o. (brez datuma), s pomočjo intervjuja želeli ugotoviti, kakšen smisel bi imela vpeljava etičnega kodeksa v organizacijo in kakšen pomen bi ta imel zanjo. Ugotovili smo, da bi bila vpeljava etičnega kodeksa v podjetje smiselna, vendar si v podjetju želijo večjega poudarka na njihovih vrednotah, saj menijo, da so te premalo poudarjene.

Prav tako smo prišli do zaključka, da je mogoče predlagani kodeks uporabiti tudi kot vzorec oziroma predlogo, ki bi jo lahko v prihodnje uporabile tudi ostale organizacije. Predlagan etični kodeks namreč vsebuje vse potrebne smernice, ki so potrebne za izdelavo dobrega etičnega kodeksa. Predlagan kodeks temelji na vrednotah podjetja, zato bi bilo smiselno uvesti kodeks v podjetja, katerim prioriteto predstavljajo etične vrednote. Potrebno je, da vsako podjetje prilagodi etični kodeks v tej meri, da se bo skladal z vrednotami in interesi podjetja. Etični kodeks je kot prstni odtis vsakega podjetja, gre za unikaten dokument, kjer je potreben razmislek pred vpeljavo.

LITERATURA IN VIRI

1. American Express.(brez datuma). *Small Business Ethics Policies*. Pridobljeno 23. septembra 2022 iz <https://www.kabbage.com/resource-center/manage/small-business-ethics-policies/>
2. Blasingame, J. (2022, 20. september). *Small Businesses Ethics*. Pridobljeno 25. septembra 2022 iz <https://smallbusinessadvocate.com/motivational-minutes/small-business-ethics-22>
3. CheggInc. (brez datuma). *Codes of Conduct in Marketing Ethics*. Pridobljeno 23. septembra 2022 iz <https://www.chegg.com/learn/marketing/marketing-principles-concepts/codes-of-conduct-in-marketing-ethics#type-of-ethical-codes->
4. Deloitte. (brez datuma). *Istraživanje o utjecaju pandemije COVID-19 na zaposlene žene i kako poslodavci mogu spriječiti pogoršanje situacije u području rodne ravnopravnosti*. Pridobljeno 23. septembra 2022 iz

- <https://www2.deloitte.com/hr/hr/pages/press/articles/covid-19-utjecaj-na-zaposlene-zene.html>
5. Disney. (brez datuma). *Responsible business*. Pridobljeno 21. septembra 2022 iz <https://thewaltdisneycompany.eu/responsible-business/>
 6. Drašček, M. (2020, 27. november). *Težkih etičnih odločitev ne sprejemajte sami*. Pridobljeno 23. avgusta 2022 iz <https://www.mqportal.si/tezkih-etichnih-odlocitev-ne-sprejemajte-sami>
 7. Dryka, M. (brez datuma). *Benefits of a Code of Ethics*. Pridobljeno 22. septembra 2022 iz <https://brainhub.eu/library/benefits-of-code-of-ethics>
 8. Gonzalez, E. (2022, 5. avgust). *Why Your Small Business Needs a Code of Ethics*. Pridobljeno 22. septembra 2022 iz https://www.fool.com/the-ascent/small-business/human-resources/articles/code-of-ethics/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=sl&_x_tr_hl=sl&_x_tr_pto=sc
 9. Grah, B. (2004, junij). *Etika in etični kodeks* (diplomsko delo). Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
 10. Hayes, A. (2022, 29. junij). *Code of Ethics: Understanding Its Types, Uses Through Examples*. Pridobljeno 21. septembra 2022 iz <https://www.investopedia.com/terms/c/code-of-ethics.asp>
 11. Indeed. (brez datuma). *How to Create a Code of Ethics for Your Business*. Pridobljeno 22. septembra 2022 iz <https://www.indeed.com/hire/c/info/code-of-ethics-and-professional-conduct>
 12. Metcalf, J. (2014, 9. november). *Ethics Codes: History, Context, and Challenges*. Pridobljeno 21. septembra 2022 iz <https://bdes.datasociety.net/council-output/ethics-codes-history-context-and-challenges/>
 13. Nelson, J. S. (2020, 3. junij). *5 Ethical Challenges During COVID-19 That Businesses Need to Meet*. Pridobljeno 23. septembra 2022 iz <https://www.ethicalsystems.org/5-ethical-challenges-during-covid-19-that-businesses-need-to-meet/>
 14. Pačnik, N. (2016, september). *Opredelitev etike poslovanja v mednarodnih organizacijah* (magistrsko delo). Maribor: Ekonomsko-poslovna fakulteta Maribor.
 15. Pavli Ž., M. (2011, oktober). *Etika v organizacijah in vodenju* (diplomsko delo). Kamnik: B&B Višja strokovna šola.
 16. Pen, R. (2021, februar). *Analiza etičnih kodeksov finančnih in nefinančnih institucij v Sloveniji* (diplomsko delo). Maribor: Ekonomsko-poslovna fakulteta.
 17. Petrović, V. (2012, april). *Etični kodeks kot vir konkurenčne prednosti podjetja*. (magistrsko delo). Ljubljana: Ekonomska fakulteta
 18. Roškar, B. (2018, september). *Poslovna etika in diskriminacija zaposlenih na delovnem mestu* (diplomsko delo). Maribor: Ekonomsko-poslovna fakulteta.

19. Saop d.o.o. (2015, 6. oktober). *Etične dileme v poslovnem okolju*. Pridobljeno 20. septembra 2022 iz <https://www.saop.si/poslovne-informacije/kariera-755/karierni-razvoj/eticne-dileme-v-poslovnem-okolju/>
20. Severles, d. o. o. (brez datuma). *O podjetju Severles*. Pridobljeno 23. septembra 2022 iz <https://www.severles.si/o-nas.html>
21. Svetic, T. & Bertoncej, F. (2015, april). *Etično vodenje*. Pridobljeno 20. septembra 2022 iz https://www.planetgv.si/wp-content/uploads/2019/11/EticnoVodenje_Bertoncelj_Franka_1_.pdf
22. Tavčar, I. M. (2008). *Kulture, etika in olika managementa*. (2. izd.). Kranj: Moderna organizacija v okviru FOV Kranj.
23. Ule, M.. (2021). Koga reševati v času omejenih možnosti? Družbeni vidiki pandemije covid-19. V R. Salecl (ur.). *Koga reševati v času pandemije?* (str. 78-79). Ljubljana: Inštitut za kriminologijo pri Pravni fakulteti v Ljubljani.
24. ValamisGroup. (2022, 8. april). *Code of conduct*. Pridobljeno 21. septembra 2022 iz <https://www.valamis.com/hub/code-of-conduct>
25. Zečirovič, A. (2018). *Poslovna etika in korupcija v mikro in malih podjetjih v Sloveniji* (diplomsko delo). Maribor: Ekonomsko-poslovna fakulteta.
26. Žlajpah, M. (2001, november). *Etika in korupcija v poslovnem svetu* (diplomsko delo). Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
27. Walt Disney Company. (2017). *Standards od business conduct*. Pridobljeno 21. septembra 2022 iz <https://impact.disney.com/app/uploads/2022/01/TWDC-Standards-of-Business-Conduct-1.pdf>
28. Wikipedia. (2020, 12. julij). *Poslovna etika*. Pridobljeno 19. septembra 2022 iz https://sl.wikipedia.org/wiki/Poslovna_etika

PRILOGE

Priloga 1: Intervju

UVODNA PREDSTAVITEV

Pozdravljeni. Pred začetkom bi se vam rada zahvalila za pomoč in sodelovanje, ker ste mi pomagali pri pridobitvi ugotovitev o smiselnosti in učinkovitosti predlaganega etičnega kodeksa za vaše podjetje.

Sem Nika Osmić, študentka Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani. Naslov zaključne strokovne naloge je Etični kodeks na primeru malega podjetja Severles, d. o. o.

Namen zaključne naloge je, da potrdim pomen etičnega kodeksa v organizaciji, hkrati pa tudi, da ugotovim vaše mišljenje o smislu etike in etičnega kodeksa. Moj cilj je, da bi predlagan intervju uveljavili v vašem podjetju in da bi služil kot nekakšen vzorec, ki bi ga lahko uporabila tudi ostala mala podjetja.

VPRAŠANJA

Prosila bi vas, da na vprašanja odgovorite v vsaj dveh povedih.

- Kaj za vas in vaše poslovanje pomeni beseda etika?
- Kako bi opredelili etično poslovanje podjetja? Kaj je za tako poslovanje potrebno?
- V primeru, da bi vaše podjetje že imelo obstoječ dokument etičnega kodeksa, me zanima, kolikšen pomen bi imel za vas?
- Ali menite, da bi etični kodeks pripomogel k redu in disciplini v podjetju?
- Ali menite, da bi v primeru vpeljave etičnega kodeksa:
 - a. delovni proces in poslovanje bila bolj tekoča?
 - b. zmanjšali neetično ravnanje v podjetju?
 - c. zaposleni bolj spoštovali vrednote podjetja?
 - d. doprinesli k izboljšanju odnosa med notranjimi udeleženci (nadrejenimi in zaposlenimi)?
 - e. doprinesli k izboljšanemu odnosu med zunanjimi udeleženci (kupci, dobavitelji in poslovnimi partnerji)?

V primeru, da bi želeli še kaj dodati, bi bila izjemno vesela, sicer se tukaj intervju zaključí. Ponovno bi se vam rada zahvalila za izkazano zanimanje in pomoč pri raziskavi ter iskrenost pri odgovarjanju.