

Vzťah uplatňovania etických princípov podnikania a úspechu v znalostnom manažmente

Relation between applying of ethical principles in business and the success in the knowledge management

IGOR ROZENBERG

Vysoká škola manažmentu v Trenčíne, Bratislava, Slovakia

PETR MORA

Vysoká škola manažmentu v Trenčíne, Bratislava, Slovakia

Abstrakt:

Ekonomická kríza a hrozba úpadku do recesie je príčinou a zároveň aj dôsledkom zmien podnikateľského prostredia na úrovni znalostného manažmentu. Pokles produkcie a vyšší tlak na ceny ohrozuje úspech podnikania, ktorý podnikateľská jednotka chápe ako pozitívny výsledok svojho snaženia. Deficit úspešnosti je viditeľný práve v čase krízy a dotýka sa okrem iného aj uplatňovania etických princípov. V príspevku sa zaoberáme ich vzájomným vzťahom. Poukazujeme na rozvoj podnikateľskej etiky, ktorá je súčasťou smerovania znalostnej kultúry. Jej poslaním je rozvoj podnikového hodnotového systému, na základe ktorého posudzujeme ekonomické aktivity a vytváranie nových vzorcov správania. Podnikateľskú etiku na úrovni podnikovej jednotky rozširujeme o legislatívne aspekty etiky a subjektívne postoje jednotlivcov, ktoré sú významnou limitou etického správania a chápania podnikateľskej reality súčasnosti. Prostredníctvom riadenia založeného na znalostiach, systému ochrany práv duševného vlastníctva podnikateľskej jednotky a dodržiavania pravidiel férového podnikania spoluvytvárame zdravé konkurenčné prostredie. Interne vylepšujeme nedokonalé legislatívne prostredie, eliminujeme nízku vymožitelnosť práva nielen kvalitou zmluvného vzťahu, ale implementovaním etických princípov podnikania nad rámec legislatívnych požiadaviek a účelového využívania etiky s vidinou zisku.

Kľúčové slová:

Podnikateľská etika. Deficit úspechu. Znalostná kultúra. Hodnotový systém. Vzorce správania. Znalosti. Zdravé konkurenčné prostredie. Etický kódex.

Abstract:

Economical crisis and the threat of the recession is the reason and the consequence of the changes in business environment at the level of the knowledge management. Decrease of the production and bigger pressure on the prices endangers the business success, which the business unit understand as the positive outcome of its effort. Deficiency of success is visible at the time of the crisis and it interferes inter alia the applying of the ethical principles. We deal with their mutual relation in this submission. In this submission we point out the development of the business ethic, which is the part of the direction of the knowledge culture. Its mission is to develop the company evaluation system, on the basis of the assess of economical activities and the creation of new formulas of behaviour. We widen the business ethic at the level of the business unit by legislation aspects of the ethic and the attitudes of the individuals, that play a significant limit of the ethical behaviour and the understanding of the current business state. Together we form healthy competitive environment through the management based on the knowledges, on the system of the intellectual ownership rights of the business unit and on the abiding the rules of the fair business practices. We improve the internally imperfect legislative environment, we eliminate low recovery of the law not only by the quality of the contractual relation, but also by implementation of the ethical principles of the business over the framework of the legislative requirements and purposive abuse of the ethic with the vision of the profit.

Key words:

Business ethics. Deficiency of success. Knowledge culture. Evaluation system. Formulas of behaviour. Knowledges. Healthy competitive environment. Ethics code.

1 Úvod

Cieľom článku je upriamiť pozornosť na heterogénne aspekty riadenia nehmotných činiteľov v podnikaní s dôrazom na vzťah medzi etikou a úspechom v časoch ekonomickej krízy a uviesť túto problematiku v perspektíve znalostného manažmentu. Tým preznačujeme, že v nehomogénnych, rôznorodých a rôznotvárných štruktúrach budeme hľadať také prvky a súvislosti, ktoré sú významné pre udržanie konkurenčnej výhody.

Na začiatku 21. storočia prechádza podnikateľské prostredie problémovým obdobím. Jednou z hlavných príčin zmien je ekonomická kríza. Niekedy ju označujeme ako príčinu a inokedy ako následok. Tak či onak súčasný deficit úspechu je viditeľný prakticky na každom kroku. Správy v televízii, v rozhlas, na internete a pod. nás dennodenne upozorňujú, že niečo s našim ekonomickým prostredím nie je v poriadku. Zanikajú rôzne podnikateľské jednotky. Pomaly už nezáleží ani na tom, ako boli tieto podnikateľské jednotky úspešné v minulosti. Rozhodujúcim zdrojom úspechu sa čoraz viac stávajú inovácie, považované za nástroj novej konkurenčnej výhody. Inovácie povyšujú tradične chápanú produktivitu na znalostný manažment. Znalostný manažment je znalostne orientované riadenie čo znamená, že znalosti zohrávajú v úsilí o pozitívny výsledok snaženia dôležitú úlohu. Práca so znalosťami si vyžaduje istú dávku zručností. Vedieť ich správne využiť v riadiacom procese primerane zložitosti situácie považujeme za umenie. Príkladom takto chápaného umenia je stret ekonomiky s etikou. Na strane ekonomiky stojí tvorba zisku a na strane etiky stoja etické hodnoty. Vytvorenie rovnovážneho stavu je úloha pre podnikateľskú etiku. Na podnikateľskú etiku ale v krízovom čase neostáva čas. O dosahovanie zisku v podnikaní sa snažíme aj za cenu neetického konania, pričom takýto výsledok považujeme za úspech. Kým prevažujúci charakter úspechu z ekonomickej perspektívy má kvantitatívny charakter v podobe výšky zisku, tak prevažujúci charakter úspechu z perspektívy podnikateľskej etiky ponúka kvalitatívne hodnoty. Ide o to, aby sme vo firme vytvorili ekonomické prostredie s kvalitou vytvorenou na etických hodnotách.

Budeme sa zaoberať príčinami a následkami zmien podnikateľského prostredia a vrátime sa v čase do obdobia vzniku ekonomickej krízy. Rozoberieme determinanty úspechu v znalostnom manažmente a stanovíme podnikateľskú etiku ako sprostredkovanú perspektívu znalostného manažmentu cez znalostne orientovanú kultúru vo firme. Znázorníme rozdiel medzi amorálnym a etickým prístupom vo firme vo vzťahu k rovnovážnemu záujmu o zisk a etiku. Popíšeme význam optimalizácie pri práci so znalosťami, uvedieme koncept trhu znalostí riadený samoregulačným mechanizmom a nakoniec predložíme alternatívu etického programu vo firme, ako pomôcku pre manažérov pri vytváraní znalostnej požiadavky.

2 Ekonomická kríza ako príčina a následok zmien podnikateľského prostredia

Ekonomickú krízu v jej počiatku spájame s udalosťami v USA. V roku 2000 praskla tzv. technologická bublina. Stalo sa tak po rokoch hospodárskeho rastu americkej ekonomiky. Reakcia investorov nenechala na seba dlho čakať. Začali viac sústreďovať svoju pozornosť na reálné trhy, ktoré neskôr doplnila politika subprime hypoték „pre každého“. To znamená, že sa začal klásť nižší dôraz na platobnú schopnosť dlžníka, čím narástlo riziko, že dlžník nebude mať z čoho splácať svoj záväzok. To ale zďaleka nebolo jediným rizikom. Úroková miera v obave o pád ekonomiky atakovala 1 %. Niektoré hypotéky mali možnosť na začiatku splátkového kalendára splácať len úroky a rizikové hypotéky boli poisťované proti insolventnosti dlžníka atď.. Možno preto, aby problém neostal na geografickom mieste kde vznikol, takéto aktíva boli poskytnuté ako krytie cenných papierov na medzibankovom trhu. Ratingové agentúry neodhalili toxický charakter aktív, a preto sa bez väčších problémov rozptýlil ich predaj prostredníctvom trhu s cennými papiermi do celého sveta.

V roku 2007 nastal krach hedgeových fondov Bear Stearns a v roku 2008 bankrot Lehman Brothers. Cenné papiere boli už v tom čase rozptýlené cez nadnárodné bankové korporácie po svete. Nasledovala hrozba pádu celého bankového systému a nevyhnutná intervencia vlád na záchranu svetového hospodárstva. Udalosti v USA naštartovali mechanizmus krízového stavu a poukázali na nebezpečenstvo vo svetovom finančnom systéme. Podnikateľské jednotky považované za zdroj ekonomického rozvoja začali pociťovať deficit úspechu a to aj v prípadoch, kedy ich snaženie napĺňalo všetky dovtedy tradične chápané hodnoty. Podnikateľské prostredie podľa klasifikácie [5] sa nachádza vo svojej podstate na úrovni znalostného manažmentu. Nadnárodné bankové korporácie sú z tohto pohľadu na rovnakej úrovni znalostného manažmentu, ale svojím globálnym charakterom

zasahujú aj najvyššiu nadnárodnú úroveň. Príklad nadnárodného bankového systému je Erste Group Bank AG s pobočkami v Slovenskej a Českej republike, v Rakúsku, v Maďarsku, v Chorvátsku atď. Príkladom národného finančného systému je Federal Reserve System v USA. Ide o centrálnu kontrolovanú sústavu bánk a inštitúcií tvoriacich národný bankový systém. Jednotlivé úrovne sa vzájomne prelínajú a vytvárajú živý finančný systém meniaci sa v čase. Aj lokálny problém má v neustále meniacom sa finančnom systéme potenciál stať sa problémom celosvetovým. Ako dôkaz nám môže poslúžiť súčasná ekonomická kríza, ktorá je jednou z hlavných príčin zmien podnikateľského prostredia súčasnosti.

2.1 Etická perspektíva ekonomickej krízy

Ekonomickú krízu ako príčinu zmien v podnikateľskom prostredí má svoje príčinné súvislosti. Zhrnieme kritické miesta a rozhodnutia, ktoré sme explicitne uviedli v časti 2.0.

- Prasknutá technologická bublina,
- politika hypoték pre každého,
- kladenie nižšieho dôrazu na platobnú schopnosť dlžníka,
- príliš nízka úroková miera hypoték,
- odklad splácania hypotéky,
- rizikové hypotéky boli poisťované proti insolventnosti dlžníka,
- takéto aktíva boli poskytnuté ako krytie cenných papierov na medzibankovom trhu,
- ratingové agentúry neodhalili toxický charakter aktív.

Začalo to problémom prasknutej technologickkej bubliny. Následkom tohto stavu sa pozornosť investorov presmerovala na reálny trh. Je zaujímavé, že ich neodradilo ani riziko spojené s politikou hypoték pre každého. Nízka platobná schopnosť dlžníkov by mala byť dostatočným signálom, že niečo nie je v poriadku. Ďalším signálom bola nízka miera výnosu, nehovoriac o odklade splátok istiny. Pre investorov však úrok plynul a istina bola zabezpečená poistením. Kruh sa teda uzatvoril. Každou novou rizikovou hypotékou sa rozširovala rastúca špirála potenciálnych problémov, ktorá začala nafukovať reálnu bublinu. K národným investorom začali pribúdať na medzibankovom trhu ďalšie nadnárodné korporácie, ktoré hľadali dôveryhodné miesto pre vlastný kapitál. Na prvý pohľad by sa zdalo, že ak tento kapitál presunuli do rizikovej realnej špirály v USA, tak je tento kapitál slepý. To v zásade nebol, pretože renomované ratingové agentúry neodhadli toxický charakter takýchto aktív a označili ho v rámci prijateľného rizika aj pre nadnárodné kapitálové korporácie ako dôveryhodný.

Spojením kritických miest a rozhodnutí vytvoríme kritickú cestu dôvery, ktorá bola neskôr príčinou ekonomickej krízy. Investori na národnej a nadnárodnej úrovni nebolí dostatočne citliví voči podnikateľskému riziku, spojenému s nízkym kapitálovým krytím. Nevenovali primeranú pozornosť signálom, ktoré boli vopred avizované atď. Prečo ratingové agentúry neoznačili takéto riziko za nedôveryhodné? Ak by to jednoducho nevedeli určiť, nedokázali by naplniť ani vlastné elementárne poslanie, ktorým je posúdenie hodnovernosti kapitálotvorných aktív pre investorov. V opačnom prípade, teda ak to určiť vedeli a i napriek tomu nedostatočne presvedčivo informovali investorov o riziku investície, hovoríme prinajmenšom o neetickom konaní. S neetickým konaním sa ale stretávame aj v prvom prípade, pri zlyhaní ratingového posolania agentúry. Ak ratingová agentúra nedokáže poskytovať dôveryhodné informácie pre investorov a i napriek tomu ich vyhlasuje za dôveryhodné, ide rovnako o prípad neetického konania. Z etickej perspektívy by na zastavenie celosvetovej expanzie toxických aktív stačil etický prístup ratingovej agentúry, ktorá dokáže poskytnúť a poskytuje pravdivé informácie.

Etická perspektíva ale hľadá rovnako na úradníka, ktorý v banke rozhoduje o posunutí hypotéky do schvaľovacieho procesu i napriek tomu, že vníma hrozbu tak pre banku, ako pre klienta. Hľadá aj na schvaľovací orgán rozhodujúci o uvoľnení zdrojov pre klienta ak napríklad vie, že budúcnosť klienta je neistá atď. Úradník možno stojí pred dilemou. Poviem pravdu klientovi, prípadne schvaľovaciemu orgánu o chabej budúcnosti klienta, keď dnes spĺňa stanovené parametre na poskytnutie úveru, alebo to vedome opomeniem a získam klienta, čím sa priblížim k splneniu finančného plánu mojej práce na tento mesiac? Aj schvaľovací orgán musí plniť ekonomické ukazovatele, preto nemusí vnímať riziko príliš citlivo atď. Za týmito rozhodnutiami stojí človek, ktorý v podnikateľskom prostredí viac-menej musí prispievať k ekonomickému rastu. Banka má pritom určený etický štandard správania svojich zamestnancov, ktorý všeobecne označíme ako podnikateľskú etiku, pretože banka je podnikateľským subjektom. Vrátime sa ale k človeku, ako hybnej sile podnikateľskej etiky,

ktorá rieši dilemu konkrétnej situácie. Uprednostniť etiku alebo ekonomiku? Správať sa racionálne alebo pre dobro klienta konať inak? „Človek je v teórii podnikateľskej etiky vnímaný ako racionálna bytosť určená úsilím o hľadanie dobra a ekonomickej užitočnosti... Podnikateľská etika tým prispieva k falošnému videniu sveta, v ktorom má ekonomický rast ničím nezdôvodnenú prioritu, a človek je bytosťou, ktorá sa musí vládnucim ekonomickým vzťahom prispôbiť“ [14]. Ide možno o prehnane kritický obraz o podnikateľskej etike, ale poukazuje na skutočnosť, že prehnané prispôbovanie sa ekonomickému rastu môže človeka viesť k falošnému videniu sveta. Falošné videnie sveta z etickej perspektívy bolo príčinou rozťahovania rizikovej hypotekárnej špirály, ktorá nafukovala realitnú bublinu a po prasknutí ktorej vypukla súčasná ekonomická kríza.

2.2 Ekonomická kríza ako následok zmien

Doposiaľ sme sa venovali príčinám ekonomickej krízy. Pre úplnosť uvedieme aj niekoľko dôsledkov, ktoré ekonomická kríza spôsobila. Tak ako to už zo samotného pojmu „ekonomická“ vyplýva, kríza postihla ekonomický systém. Firmy na národnej a nadnárodnej úrovni pocitujú nižší záujem o vlastnú produkciu. Sú nútené produkciu znižovať, čím nielen prichádzajú o časť svojich ziskov, ale sú nútené prepúšťať pracovníkov. Rast nezamestnanosti je fenomén, ktorý je najviac viditeľný v čase krízy. Koncoví zákazníci takto strácajú ekonomicкую silu, čo ešte razantnejšie tlačí na pokles firemnej produkcie atď. Vláda sa na tento stav snaží reagovať prostredníctvom rozvojových impulzov, pretože začína klesať výber na strane daňových príjmov, čo ohrozuje riadne fungovanie ekonomiky celého štátu. Štát ako jednotka patriaca napríklad v prípade Slovenskej republiky do nadnárodného spoločenstva (v našom prípade Európskej únie) je nútený zvyšovať dlh alebo dane. Zvyšujúci sa dlh zaťažuje budúcnosť a rast daní ešte viac zhorší už tak zlé podnikateľské prostredie. Toxické aktíva napadli ekonomický systém a ďalej sa šíria.

To zďaleka nie je všetko. Zložitost' šírenia nákazy priblížime cez všeobecnú definíciu systému. „Systém je komplex prvkov spolu so vzťahmi medzi nimi a medzi ich atribútmi“ [4]. Ak by sme napríklad ako prvky systému určili firmy, ich atribútmi by mohli byť ekonomika, sociálna politika, výroba, marketing a pod., tak podľa definície atribút - toxicky postihnutá ekonomika, má vzťah so sociálnou politikou, výrobou a samotný prvok firma má vzťah s toxickým nábojom inej už postihnutej firmy, ktorá má vzťah s ďalšou firmou atď. Toxicky šírený potenciál postihne atribúty jednotlivých prvkov. Nezávisle sa môže šíriť nielen cez najslabšie prvky systému, ale pokojne postihne aj tie dlhodobu najsilnejšie. Kritickou časťou systému je jeho usporiadanosť. V globálnom systéme je prirodzené, že niektoré jeho prvky zanikajú, ale zároveň vznikajú nové. Teda ak zanikne firma, niekde na inom mieste bude nahradená inou firmou. Ak zanikne silná firma, jej zánik silnejšie ovplyvní usporiadanosť systému ako v prípade slabšej firmy, kedy je účinok na usporiadanosť slabší. Samoregulačný trhový mechanizmus sa ale v konečnom dôsledku s touto zmenou vyrovná. Výpadok produkcie firmy A je nahradený produkciou firmy B a C.

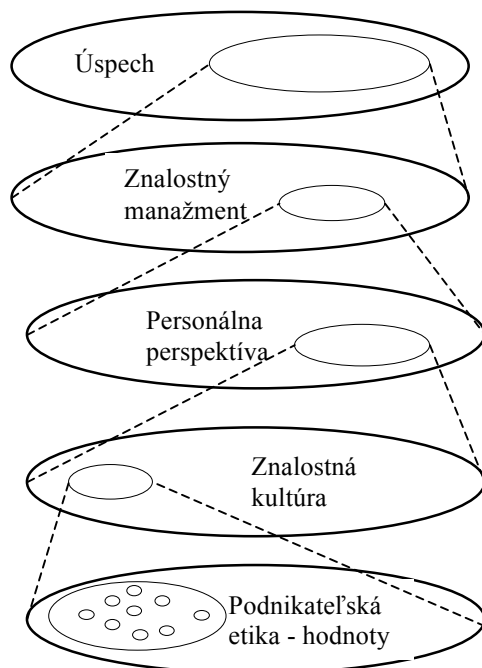
Čo sa ale môže stať v prípade, keď toxická nákaza nespôsobí zánik prvku v systéme, ale postihne len niektoré jeho atribúty? Uviedli sme príklad toxických aktív, ktoré sa šíria ekonomickým systémom ďalej. Spôsobujú nedôveru investorov v ekonomický systém, upozorňujú zákazníkov, aby hospodárnejšie nakladali so svojimi zdrojmi a viac šetrili, ale zároveň v záujme zlepšenia ekonomických ukazovateľov tlačia na dynamizáciu úverového systému atď. Z hľadiska súčasného chápania sveta toxické aktíva menia hodnoty prvkov v systéme, čím v skrytej miere a rozsahu možno nenávratne menia aj usporiadanosť systému. Explicitne sa snažíme popísať následky skrytej nákazy šíriacej sa naprieč globálnym systémom a pocitujeme deficit úspechu pri zvládnutí zložitých, často heterogénnych problémov. Na začiatku úspechu stojí ľudské snaženie jednotlivcov, ktorí pracujú v hospodárskych jednotkách po celom svete. Firmu budeme považovať za reprezentatívnu vzorku hospodárskej jednotky. Takto chápané firmy zostavujú mozaiku možných riešení vzniknutých problémov.

3 Úspech v znalostnom manažmente

Ľudské snaženie by sa malo opierať o kompetencie, schopnosti a znalosti jednotlivcov. V širšom chápaní ide o ľudský kapitál. Snaženie je ľudská energia poháňajúca procesy, a ak smeruje k vytýčeným strategickým cieľom, tak takto dosahovaný výsledok snaženia považujeme za úspech. Nebudeme sa zaoberať inými perspektívami úspechu, ale stručne uvedieme faktory, ktoré úspech podporujú. „Medzi hlavné faktory úspechu patrí štruktúra firmy, jej stratégia, spolupracovníci vo firme, ich schopnosti, štýl riadenia firmy, systémy a postupy vo firme, zdieľané hodnoty (kultúra) vo firme“ [9]. Ide o známy rámeč 7S firmy Mc Kinsey. Kvalitná štruktúra a stratégia firmy je postavená na schopnostiach jednotlivcov, ktorí vzájomne zdieľajú určité hodnoty a pokrokovu využívajú výdobytky modernej technologickej infraštruktúry. Schopnosť využiť ju ako podporný nástroj stratégie považujeme za technologický kapitál firmy. Ľudský a technologický kapitál je súčasťou nehmotných aktív firmy. Ide o významný zdroj firemných hodnototvorných procesov smerujúcich k vytvoreniu a udržaniu konkurenčnej výhody.

Úspešná firma má vytvorenú konkurenčnú výhodu. Na vytvorenie konkurenčnej výhody stačí tradičné manažérske chápanie produktivity, cieľom ktorej je dosiahnutie úspechu v podnikaní. Udržateľná konkurenčná výhoda posúva hranice chápania o niečo ďalej. Okrem tradičného úspechu rieši aj jeho dlhodobé zotrvanie v čase. „Tradičné zdroje konkurenčnej výhody sa sústreďujú na produktivitu (náklady, výkonnosť zamestnancov a efektívny manažment). Nové zdroje konkurenčnej výhody sa sústreďujú na znalostný manažment (inovácie procesov, inovácie produktov a kontinuálnosť inovácií)“ [1]. Úspech firmy je podmienený vhodnou nákladovou politikou, vysokou produktivitou práce a manažmentom orientovaným na produkty a procesy vo firme. Dlhodobý úspech vychádza z východísk znalostného manažmentu postavených na základoch inovácie procesov a produktov. Znalostný manažment okrem iného zabezpečuje aj kontinuálnosť inovácií, ktorá je hybnou silou životaschopnosti konkurenčnej výhody.

Úspech v znalostnom manažmente znamená vytvorenie takej udržateľnej konkurenčnej výhody, ktorá je životaschopná. Úspech súvisí s ľudským a technologickým kapitálom a podnikateľská jednotka ho chápe ako pozitívny výsledok svojho snaženia. Významným kritickým faktorom úspechu je zdieľanie hodnôt (kultúry) vo firme. Etické princípy podnikania súvisia práve s týmito hodnotami. Ich zdieľanie v rámci firmy patrí podľa nášho názoru do personálnej perspektívy znalostného manažmentu. „Personálna perspektíva zameriava pozornosť na vplyv zavádzania znalostného manažmentu, na riadenie ľudských zdrojov a ľudskú stránku organizácie všeobecne, tvorbu znalostne orientovanej firemnej kultúry...“ [3]. Zaradením zdieľania etických hodnôt do personálnej perspektívy znalostného manažmentu vytvárame z podnikateľskej etiky perspektívu znalostne orientovanej firemnej kultúry. Podľa [1] je „znalostná kultúra spojnicou medzi optimálnou tvorbou a samotným akceptovaním a využívaním znalostí, čo predstavuje absorpčnú kapacitu znalostí“. Etické hodnoty vyjadrujú dôležitosť a zmysel podnikateľskej etiky. Ak tieto hodnoty explicitne vyjadríme, tak sme vytvorili explicitné znalosti. Príkladom explicitne vyjadrených etických hodnôt je firemný etický kódex. Ide o optimalizovaný interný predpis, ktorý by mali zamestnanci akceptovať a ako explicitne vyjadrené znalosti využívať. Miera v akej zamestnanci tieto znalosti absorbujú a využívajú predstavuje ich absorpčnú kapacitu.



Obrázok 1 Podnikateľská etika ako perspektíva úspechu v znalostnom manažmente

Obrázok 1 znázorňuje podnikateľskú etiku ako uhol pohľadu na úspech v znalostnom manažmente. Podnikateľská etika (na obrázku postupujeme zdola hore) pozostáva z etických hodnôt a je perspektívou znalostne orientovanej podnikovej kultúry, ktorá je uhlom pohľadu personálnej perspektívy znalostného manažmentu. Znalostný manažment sa nakoniec významnou mierou podieľa na firemnom úspechu. Ide

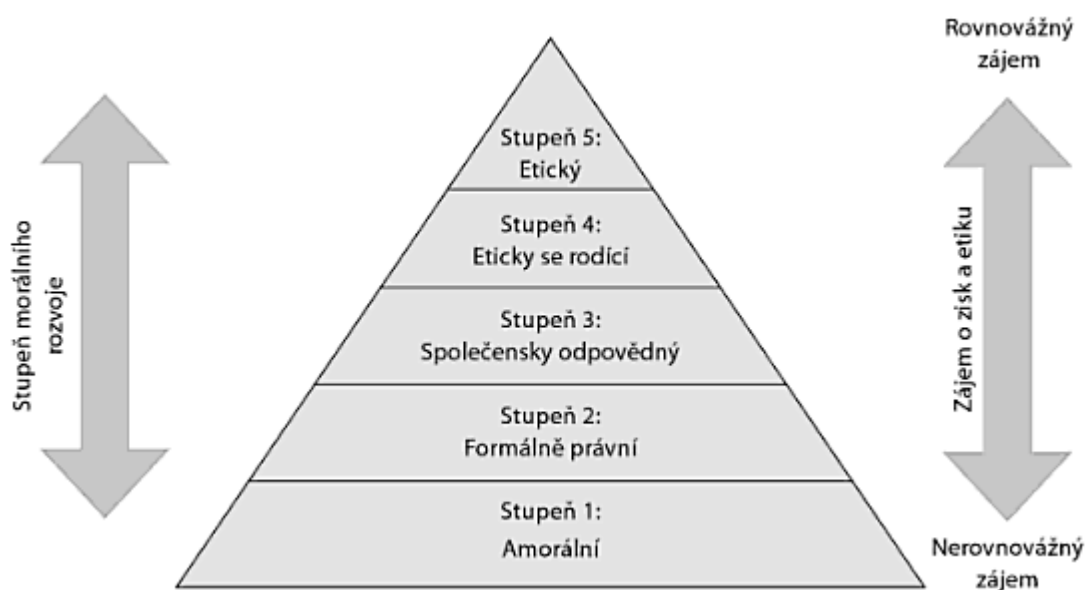
o grafické znázornenie perspektívy uplatňovania etických princípov podnikania – etických hodnôt pri úsilí o úspech v znalostnom manažmente.

4 Niektoré aspekty podnikateľskej etiky a ekonomiky

Zdá sa, že podnikateľská etika v perspektíve úspechu v znalostnom manažmente je v konfliktnom vzťahu s ekonomikou. Účelové využívanie etiky s vidinou zisku alebo dodržiavanie legislatívnych predpisov v oblasti etického a morálneho chovania nám neposkytuje optimálne odpovede ako dosiahnuť dlhodobý úspech. Je preto potrebné interne vo firme implementovať ďalšie etické princípy na ochranu práv duševného vlastníctva, dodržiavanie pravidiel férového podnikania spoluvytvárajúceho zdravé konkurenčné prostredie atď. a navrhnuť taký program vo firme, že záujem o zisk bude v súlade s etickými hodnotami.

4.1 Znalostne orientovaný rovnovážny záujem o zisk a etiku

„Ani teória podnikateľskej etiky nepopiera existenciu a miesto zisku v hospodárskom systéme. Ide o to, aby sa dosahovanie zisku uskutočňovalo v rámci právneho a etického poriadku a aby sa zisk nechápal odtrhnutý od iných stránok podnikateľskej činnosti“ [12]. Z uvedeného logicky vyplýva, že etika a dodržiavanie morálnych zásad podnikania sú podmienkou pre zdravé fungovanie ekonomického systému. Etiku pritom chápeme ako teoretickú reflexiu morálky. V morálke ide o praktickú činnosť, napríklad formovanie predstáv zamestnancov. Na obrázku 2 uvádzame 5 stupňov morálneho rozvoja firmy. 1. amorálny stupeň uprednostňuje ekonomiku pred etikou. Na 2. stupni sa firma striktnie drží zákona. 3. stupeň spoločenskej zodpovednosti je o zisťnom záujme o podnikateľskú etiku a na 4. stupni sa etické hodnoty stávajú postupne súčasťou firemnej kultúry. 5. etický stupeň signalizuje vyvážený stav medzi etikou a ekonomikou vo firme.



Obrázok 2 Reidenbachov a Robinov model morálneho rozvoja firmy [10]

Perspektíva podnikateľskej etiky v úsilí o úspech v znalostnom manažmente má už svoj cieľ. Tým cieľom je dosahovať vyvážený záujem o zisk a o etické chovanie zamestnancov firmy. Pre splnenie tohto cieľa musí organizácia disponovať individuálnymi a skupinovými znalosťami. Tieto znalosti sú skryté v hlavách jednotlivcov, utajované skupinou, zatiaľ explicitne nevyjadrené, ale vyjadriteľné (implicitné znalosti), explicitne vyjadrené atď. „Znalostný manažment je na znalostiach založené riadenie“ [8]. Úlohou znalostného manažmentu je, aby znalosti slúžili ako zdroje na riešenie problémov pri dosahovaní cieľov firmy, čo v našom prípade znamená dosiahnuť vyvážený záujem o zisk a o etické chovanie zamestnancov. Ide vo svojej podstate o vedu. Podľa [7] „veda sú organizované znalosti. Zručnosť využiť tieto znalosti v praxi úmerne k zložitosti situácie je umenie“. Znalostný manažment je teda o riadení založenom na znalostiach. Súčasťou riadenia všeobecne je organizovanie. Pokiaľ organizujeme znalosti, považujeme takúto činnosť za umenie. Umením potom je samotné praktické využitie znalostí a to úmerne k zložitosti situácie. Kde je prítomné umenie, je prítomná aj kultúra. Ak

organizujeme znalosti a považujeme túto činnosť za umenie, mala by byť kultúra znalostne orientovaná. Už sme sa zaoberali znalostnou kultúrou, ako spojnicou medzi optimálnou tvorbou znalostí a ich akceptovaním a využitím, čo predstavovalo ich absorpčnú kapacitu.

Absorpčnú kapacitu znalostí posunieme viac do praktickej roviny. Rozvoj informačných a komunikačných technológií vytvoril informačný pretlak, čo sa podpísalo pod transformáciu informačnej spoločnosti na spoločnosť znalostnú. Vo firme je rovnako prítomný informačný pretlak, preto je potrebné informácie vyhodnocovať a integrovať do existujúcich znalostí. Aké množstvo a akú kvalitu znalostí ale firma potrebuje? Odpoveď budeme hľadať na trhu znalostí vo firme.

4.2 Trh znalostí ako perspektíva ich optimalizácie

Vráťme sa k poslednej otázke o potrebe znalostí vo firme. Podľa [2] „znalosť nemôže vzniknúť bez znalostnej požiadavky. Znalostná požiadavka vzniká ako individuálna alebo skupinová, pri individuálnom alebo skupinovom riešení problému“. Zložitosť situácie vo firme, ktorá si vyžaduje riešenie konkrétneho problému spúšťa mechanizmus znalostnej požiadavky. Ide o znalostný dopyt po prakticky využiteľných riešeniach problému úmerných zložitosti konkrétnej situácie.

Na strane znalostnej ponuky je to oveľa zložitejšie. Jednoducho vyjadrené, na strane ponuky stoja explicitné, implicitné a skryté znalosti, informácie a dáta. Tie sú však uložené v znalostných agentoch (zamestnanci, manažéri, znalostní pracovníci a pod.), v iných umelo vytvorených artefaktoch (dokumenty v databázach, tlačené písomnosti, zvukové záznamy a pod.) atď. Toto je miesto, kde existuje informačný a dátový pretlak. Dáta transformujeme a interpretujeme ich v podobe informácií, ktoré následne vyhodnocujeme a v prípade znalostnej požiadavky integrujeme medzi už existujúce znalosti atď.

Ak chceme zachovať čo najvyššiu absorpčnú schopnosť znalostí, je potrebné tvorbu znalostí optimalizovať. Takúto zručnosť sme v predchádzajúcej časti označili ako umenie, čo pre pripomenutie znamenalo prakticky využiť znalosti úmerne k zložitosti problémovej situácie. Alternatívnu odpoveď ponúka trh znalostí vo firme. Využijeme paralelu trhového prostredia z ekonomie, kde sa stretáva ponuka a dopyt. V našom prípade sa ale na strane dopytu nachádza znalostná požiadavka, ako znalostný dopyt po prakticky využiteľných riešeniach problému. Na strane ponuky stojí celý zložitý systém znalostí, informácií a dát existujúcich v agentoch, artefaktoch a pod. Úplný popis takéhoto systému by predstavoval zložitosť porovnateľnú s úplným popisom vesmíru. Ak by sme k tomu pripočítali zmenu v čase, museli by sme v ešte väčšej zložitosti popisovať dynamický systém, ktorý je realitou na strane znalostnej ponuky. Preto využijeme „neviditeľnú“ ruku trhu Adama Smitha na popis zložitého dynamického systému znalostí, ktorý úplne nedokážeme popísať. Systém firemných znalostí je samoregulačný. Riešenie problému samočinne aktivuje znalostnú požiadavku, vytvorí dopyt po konkrétnych znalostiach, ktoré sú jedinou príčinou a zároveň aj výsledkom na strane znalostnej ponuky. Odpoveď na otázku o množstve a kvalite znalostí vo firme teda tkvie v pochopení samoregulačného mechanizmu „neviditeľnej“ ruky trhu znalostí.

4.3 Skúsenosti, postoj a uplatňovanie podnikateľskej etiky v praxi

Znalostný manažment je na znalostiach založené riadenie, významne ovplyvňuje úspech vo firme, poskytuje nám príležitosť získať zručnosti a naučiť sa umeniu, ako prakticky využiť znalosti úmerne k zložitosti problémovej situácie. Znalostný manažment z perspektívy podnikateľskej etiky, ako súčasť znalostne orientovanej firemnej kultúry kladie dôraz na rovnováhu medzi záujmom o zisk a záujmom o etické chovanie zamestnancov firmy tak, ako je to uvedené v časti 4.1. Skôr ako sa budeme zaoberať konkrétnou formou zhmotnenia etiky vo firme a tým poskytneme návod na riešenie nielen etických problémov vo firmách, uvedieme niektoré závery dotazníkového šetrenia doktorandov Univerzity Tomáša Baťu v Zlíne, v rámci projektu č. IGA/69/FaME/10/D – Inovácie manažmentu. Naším cieľom je prezentovať niektoré výsledky dotazníkového prieskumu z oblasti manažérskej etiky a uviesť závery poukazujúce na nezáujem manažérov riešiť súčasný stav tejto problematiky.

Podľa [6] v Českej republike oslovili v 3. štvrtroku roku 2010 celkom 2452 subjektov z databázy Credit info z odvetvia výroby, obchodu, služieb, zdravotníctva, vedy, techniky a vývoja, poľnohospodárstva, dopravy, financií, štátnej správy, samosprávy a iné, bližšie neurčené. Získali 439 odpovedí, čo činí 19,5 % a v 282 prípadoch odpovedali respondenti na všetky dotazníkové otázky. Z výsledkov prieskumu vyplýva, že takmer 92 % z 299 opýtaných vyjadrilo veľmi negatívne, negatívne, alebo mierne negatívne skúsenosti s uplatňovaním etiky. Až 57 % z 289 opýtaných hodnotia svoj postoj k etike ako nie dôležitý. To podľa výsledkov potvrdzuje, že postoje respondentov k etickému chovaniu sú na veľmi nízkej úrovni, a že podniky stále inklinujú k tvorbe zisku aj neetickým spôsobom. 59 % z 285 opýtaných sa k uplatňovaniu etických hodnôt v súčasnosti a v budúcnosti

stavia úplne pasívne, pričom len 2 % veľmi aktívne. Toľko stručne v vybranom záverom dotazníkového prieskumu.

Aké závery môžeme z prieskumu vyvodit' pre vytváranie znalostných požiadaviek na riešenie etických problémov vo firmách? Pripomeňme, že na znalostnom trhu je práve záujem o riešenie etických problémov spúšťačom znalostnej požiadavky, ktorá vytvára dopyt po konkrétnych znalostiach. Bez znalostnej požiadavky znalosť jednoducho nemôže vzniknúť. Prieskum potvrdil, že manažéri nemajú záujem o riešenie súčasného stavu tejto problematiky. Pritom 92 % z opýtaných má negatívne skúsenosti s uplatňovaním etiky a len 2 % z opýtaných sa stavia k uplatňovaniu etických princípov veľmi aktívne. Pasívny postoj k uplatňovaniu etiky vyjadrilo 59 % z opýtaných a až 57 % z opýtaných hodnotí svoj postoj k etike ako nie dôležitý. Konštatovanie, že postoje respondentov k etickému chovaniu sú stále na veľmi nízkej úrovni, a že firmy inklinujú k tvorbe zisku aj neetickým spôsobom je signálom, že táto problematika si žiada oveľa viac pozornosti. Perspektíva podnikateľskej etiky znalostného manažmentu ale, podľa výsledkov výskumu, v podstate nevyžaduje riešenia problémov etických hodnôt a manažéri firiem nemajú záujem riešiť súčasný stav.

4.4 Etický program firmy

Jeden z dôvodov, prečo manažéri nemajú záujem riešiť súčasný nepriaznivý stav uplatňovania etických hodnôt v znalostnom manažmente môže byť nedostatok komplexných informácií o podnikateľskej etike. Niežeby nebol k dispozícii dostatok vhodných zdrojov na nastudovanie etickej problematiky, ale v čase ekonomickej krízy, o ktorej sme hovorili v úvodnej časti, nemajú manažéri dostatok času venovať tejto problematike potrebný priestor. Preto predkladáme určitý prehľad, ktorý by pre manažerov mohol slúžiť ako pomôcka pri úvodných úvahách o podnikateľskej etike. Ide o prehľad s vysokou výpovednou hodnotou, ktorý bez ďalšieho podrobného štúdia môže u manažerov vzbudiť záujem o riešenie konkrétnych etických problémov vo firme, ktoré si aktuálne vyžadujú pozornosť. Tým sa snažíme aktivovať znalostnú požiadavku na vznik nových znalostí o zhmotnení etiky vo firme.

FORMY ZHMOTNENIA ETIKY VO FIRME				
Dokumenty a písomné materiály	Kanály toku informácií	Subjekty a orgány	Formy vzdelávania	Mechanizmy kontrolovania
Etický kódex	Horúce linky (boxy, internet)	Etická rada	Seminár o etike	Etický monitoring
Etický leitmotív	Etické okrúhle stoly	Riaditeľ pre etiku	Seminárna časť o etike	Etická kontrola
	Etické diskusné fóra (internet, sociálne siete)	Pracovník zodpovedný za etiku	Etický workshop	Osobný rozhovor o etike
		Ombudsman	e-learningové aktivity	
		Etický poradca	Etické okienka	

Obrázok 3 Formy zhmotnenia etiky vo firme [13]

Na obrázku 3 uvádzame príklad, v ktorom autorka sformulovala svoje predstavy o etickom rozvoji v etickom programe. Prvou formou zhmotnenia etiky vo firme sú dokumenty a písomné materiály, horúca linka na pracovníka zodpovedného vo firme za etiku môže slúžiť ako rýchla pomôcka pri riešení konkrétnej etickej dilemy. Napríklad v rámci seminára o predaji môže firma vsunúť pasáž o etike a osobný rozhovor so zamestnancom o etike poskytuje účinný nástroj na nápravu chybných etických vzorcov správania, ktoré si zamestnanec môže iniciatívne vytvárať samoštúdiom, alebo komunikáciou na etickom diskusnom fóre atď.

5 Záver

Falošné videnie sveta z etickej perspektívy sme uviedli ako príčinu roztáčania rizikovej hypotekárnej špirály, následkom čoho sa začala nafukovať realitná bublina. Jej prasknutie spôsobilo vypuknutie ekonomickej krízy, ktorá je príčinou a zároveň aj následkom zmien podnikateľského prostredia v súčasnosti. Popri deficite úspechu a pri zvládnutí zložitých, často heterogénnych problémov, sme stanovili podnikateľskú etiku ako perspektívu úspechu v znalostnom manažmente, ktorej cieľom je dosahovať vyvážený záujem o zisk a o etické chovanie.

Určili sme znalostnému manažmentu úlohu, aby znalosti slúžili ako zdroje na riešenie problémov pri dosahovaní cieľov firmy. Aby sme zachovali čo najvyššiu absorpčnú schopnosť znalostí, optimalizovali sme ich tvorbu. Označili sme zručnosť pri práci so znalosťami ako umenie praktického využitia znalostí úmerne k zložitosti problémovej situácie, čím sme rozšírili absorpčnú schopnosť znalostí o zložitú situáciu v praktických riešeniach problémov a poukázali sme na nutnosť optimalizácie samotnej tvorby znalostí.

Popísali sme alternatívny koncept, ktorý sme nazvali trh znalostí. Pri jeho koncipovaní sme využili paralelu trhového prostredia z ekonómie, kde sa stretáva ponuka a dopyt. V našom prípade sa ale na strane dopytu nachádzala znalostná požiadavka, ako znalostný dopyt po prakticky využiteľných riešeniach problému. Na strane ponuky stojí celý zložitý systém znalostí, informácií a dát existujúcich v agentoch, artefaktoch a pod., ktorý sme pre jeho dynamickú systémovú zložitú nedokázali popísať v jeho úplnosti. Systém firemných znalostí sme preto stanovili ako schopný samoregulácie, čím sa nám podarilo uvažovať o systéme ako jednom prvku s určitými vlastnosťami. Preto v prípade, ak vznikne potreba riešiť konkrétny problém samočinne sa aktivuje znalostná požiadavka. Tá vytvorí dopyt po konkrétnych znalostiach, ktoré sú jedinou príčinou a zároveň aj výsledkom na strane znalostnej ponuky. Množstvo a kvalita už existujúcich a aj novo vzniknutých znalostí sú regulované mechanizmom „neviditeľnej“ ruky trhu znalostí.

Perspektíva podnikateľskej etiky znalostného manažmentu, ale podľa výsledkov výskumu, v zásade nevyžaduje riešenie problémov etických hodnôt. Manažéri firiem nemajú záujem riešiť súčasný stav i napriek zisteniam, že pri dosahovaní zisku stále potláčajú etické hodnoty do úzadia. Možným dôvodom nezájmu manažérov je nedostatok času, preto sme predložili relatívne jednoduchý a prehľadný etický program vzorovej firmy, ktorý môže slúžiť ako pomôcka pre identifikovanie a následné aktivovanie znalostnej požiadavky, bez ktorej si podnikateľská etika v znalostnom manažmente ani nemôže nájsť svoje uplatnenie.

Literatúra

1. BIZÍK, M. 2012. The optimal creation of knowledge through the culture and its absorption capacity. In *ACTA OECONOMICA*. Komarno : Universitatis Selye, 2012, roč. 1, č. 1. ISSN 1338-6581.
2. BROŽOVÁ, H. et al. 2011. *Modelovanie znalostí*. Praha : Professional Publishing, 2011. 211 s. ISBN 978-80-7431-069-0.
3. BUREŠ, V. 2009. Konceptuálna perspektíva znalostného manažmentu. In *Ekonomika a manažment*. 2009, č. 2 s. 84-96. Dostupné na: http://www.ekonomie-anagement.cz/download/1331826713_933d/06_bures.pdf [cit. 2013-03-13].
4. BUREŠ, V. 2011. *Systémové myslenie pre manažérov*. Praha : Professional Publishing, 2011. 264 s. ISBN 978-80-7431-037-9.
5. BUREŠ, V. 2007. *Znalostný manažment a proces jeho zavádzania*. Praha : Grada Publishing, 2007. ISBN 978-80-247-1978-8.
6. DYTRIT, Z. et al. 2011. *Manažérska etika v otázkach a odpovediach*. Brno : Computer Press, 2011. 200 s. ISBN 978-80-251-3344-6.
7. KELEMEN, J. et al. 2008. *Kapitoly o znalostnej spoločnosti*. Bratislava : Iura Edition, 2008. 293 s. ISBN 978-80-8078-209-2.
8. KELEMEN, J. et al. 2007. *Pozvanie do znalostnej spoločnosti*. Bratislava : Iura Edition, 2007. 265 s. ISBN 978-80-8078-149-1.
9. KUBIČKOVÁ, L. - RAIS, K. 2012. *Riadenie zmien vo firmách a iných organizáciách*. Praha : Grada, 2012. 136 s. ISBN 978-80-247-4564-0.
10. KUNZ, V. 2012. *Spoločenská zodpovednosť firiem*. Praha : Grada, 2012. 208 s. ISBN 978-80-247-3983-0.
11. MIKLOŠÍK, A. et al. 2011. Znalostný manažment ako podstatný determinant udržateľnosti konkurencieschopnosti podniku. In *Ekonomický časopis*. 2012, zv. 60, č. 10, s. 1041-1058. ISSN 0013-3035.

12. REMIŠOVÁ, A. 2011. *Etika a ekonomika*. Bratislava : Kalligram, 2011. 496 s. ISBN 978-80-8101-402-4.
13. REMIŠOVÁ, A. 2011. *Vademékum podnikateľskej etiky*. Bratislava : Sprint dva, 2011. 148 s. ISBN 978-80-89393-68-8.
14. ŠMAJS, J. et al. 2012. *Etika, ekonomika, príroda*. Praha : Grada Publishing, 2012. 192 s. ISBN 978-80-247-4293-9.

Kontakt:

Igor Rozenberg, Mgr., MBA
VŠM v Trenčíne
Panónska cesta 17
851 04 Bratislava
igor.ziar@gmail.com

Petr Mora, Ing., Bc., MBA
VŠM v Trenčíne
Panónska cesta 17
851 04 Bratislava
morapetr@seznaml.cz