

Ethisch ondernemen 19 oktober '05



Verder planning voor de komende lesweken

Week 6, 9, 12 groep 1 en 2

Week 8, 10, 13 groep 3 en 4

In F110 en F113

Week 5, 11 en 14 les in K104 voor IEDEREEN!!!

Groep 1 4 Bouw

Groep 2 4 Chemie + de rest van bouw

Groep 3 4 Elektronica en 4 landmeten

Groep 4 EM

Module 2 bedrijfsstrategie en marketing beleid

2^o module = 6u theorie 1^o semester & Oefeningen in het 2 semester van de 6 uur theorie → 19 okt. '05 = 3 uur gewijd aan ethisch ondernemen. Overige 3uur worden in week 11 gegeven waar een bedrijfsprof de oefeningen zal komen geven.

Module 2 géén examen. Permanente evaluatie door paper te schrijven.

In het kader van PE een opdrachtverklaring zoeken (mission statement)
Dan 1 blz. commentaar maken. Waarin we trachten een verband te leggen met wat we gehoord hebben in de les. (les week 5 en 11)
En/of houding als laatstejaars bepalen tov van dat statement. En/of een verklaring van de werknemer.
En/of in de bestaande literatuur een aantal beschouwingen opnemen. De zin en onzin van de statements.

Di 20/12 moet het werk afgegeven worden. Handtekening zetten,...bla bla bla

Module 2: Ethisch ondernemen (inhoudstafel)

Hoe wordt een product op ethisch verantwoorde wijze door een onderneming aan de consument aangeboden?

- 1- Een onderneming is verantwoordelijk voor de kwaliteit van het product.
- 2- Een onderneming is verantwoordelijk voor de publiciteit over het product.

Enkele krachtlijnen van de marketing ethiek

1. De sociale verantwoordelijkheid van de onderneming.

De sociale verantwoordelijkheid van de onderneming is een van de krachtlijnen van de moderne zakenwereld

Onder sociale verantwoordelijkheid kennen we 4 gradaties:

A) Gradaties:

Bedrijfsvergetisme: Letterlijk het doel van het goede werken, bijdragen tot het humanitaire, wetenschappelijk onderzoek en kunst.

Een onderneming moet goede werken sponsoren. De maatschappelijke rol van de onderneming bestaat eruit van goed te doen

Is mooi maar de eigenlijke activiteit (producten etc) blijven buiten de onderneming liggen.

Responsability: Het bedrijf is verantwoordelijk voor de kwaliteit van de producten en de aangeboden dienst(en). Voornaamste verantwoordelijkheid.

Responsiveness: Het bedrijf is niet alleen verantwoordelijk tov haar klanten maar ook tov de arbeiders.

De arbeidskrachten betekenen ook veel voor het bedrijf. De mensen moeten in aanvaardbare omstandigheden de producten kunnen maken.

Social rectitude: Duurzaam ondernemen, het bedrijf is ook verantwoordelijk in een ruimere context. Milieu aspecten, omwonenden = een veel ruimere sociale verantwoordelijkheid.

Dat wilt natuurlijk niet zeggen dat iedereen ermee eens is.

B) De tegenstanders

Friedman: " *the social responsibility of business is to increase its profits.*"

Ondernemingen zijn geen liefdadigheidsinstellingen ze moeten winst maken en zijn alleen verantwoording verschuldigd tot hun aandeelhouders.

Stock holders model

Alleen winst maken is misbruik maken van vertrouwen, doel is alleen van zoveel mogelijk winsten te maken → ondemocratisch.

Dit is in een opzicht een eenzijdige *liberalistische individualistische benadering* die contrasteert met de accenten in de christelijke sociale leer.

Christelijke sociale leer → Tegen friedmann is niet helemaal eerlijk.

Winst maken is alleen mogelijk door invloed uit te oefenen op de kwaliteit van leven van alle belanghebbenden partijen

Je mag een onderneming niet alleen uit het standpunt van bezit bekijken.

Geen verzameling van aandelen wel van mensen.

Ondernemingsethiek: is een gewaardeerde gesprekspartner in het bedrijfsleven geworden. De sociale verantwoordelijkheid van ondernemingen wel aanvaard en opgenomen en veel ondernemingen formuleren het in hun opdrachtverklaringen. (mission statements (credo's))

Deze zijn pas effectief als ze door morele deugden of waarden worden gedragen.

2. Product aansprakelijkheid

2 alleroudste tradities die uit het Romeinse recht worden geduid

Het caviat entor

De koper moet voorzichtig zijn de consument, want wie een product of dienst koopt sluit in feite een contract met de verkoper....

Het "contract" geldt als de aankoop vrij is aangegaan en waarheidsgetrouw (geen dwang en beïnvloedingsmiddelen en foute voorstelling van het product)

Maar heel vaak wordt zo'n verkoop gegoten in een formeel contract (kasticket) en die bevatten vaak "contract" bezwarende clausules... bepalingen die een onevenredig voordeel in handen leggen van de verkoper.

Vb.: Een bedrijf dat elektrische toestellen levert "we kunnen niet aansprakelijk gesteld worden door schade aan de toestellen door onze personeelsleden"

3 bedenkingen

- 1- De koper staat heel vaak in een zwakkere positie dan de verkoper.
- 2- Heel vaak is er een indirecte relatie tussen koper en verkoper geschied de verkoop met een tussenpersoon,... → geen rechtstreeks contract.
- 3- Op voorwaarde dat de verkoop waarheidsgetrouw geschied, kan de koper ook beslissen van een product te kopen dat mindere eigenschappen bezit.

Het 2^e aspect **caveat vendor**

= Ook de verkoper moet voorzichtig zijn.

Kan op 3 manieren worden geformuleerd. (3 gradaties)

Verschuldigde zorg (theorie): de verkoper of de producent moet ervoor zorgen dat het product de beloofde kwaliteit bezit en er moet kunnen voorkomen worden dat personen erdoor schade kunnen lijden. (Meest voorkomende theorie)

Tylenol casus: pijnstiller van J&J; Iemand verwisselde de inhoud van de pillen. Op het moment dat het ontdekt werd, werden alle capsules uit de handel gehaald en eventuele slachtoffers vergoed. Onmiddellijk werd de research naar een nieuwe verpakking ontwikkeld (doordruk strips)

Sociale kosten: een bedrijf is verantwoordelijk voor alle schade die uit het gebruik van het product voortvloeit, en zelfs als de klant ervoor gewaarschuwd is.

(Marlboro: kanker patiënten schade vergoeding geëist. '98 68mil. \$ uitbetaald)

Gemeenschap/belastingbetaler: de gemeenschap U en ik (de belastingbetaler) moet voor de schade opdraaien. zeker als de producent niet meer bestaat of als de producent in vertrouwen is genomen destijds of niet ter beschikking, of de schade niet bekend op moment van gebruik.

(Firma's die asbest hebben geproduceerd. Niet alle schade te laten te betalen.)

3 opmerkingen

- 1- de consument draagt ook verantwoordelijkheid (W europa)
- 2- Een té grote verantwoordelijkheid bij bedrijf remt de innovatie af. Zodat het bedrijf niet met torenhoge schadeclaims zit.
- 3- Dure verzekeringskosten = hoge productkosten = consument zal er uiteindelijk toch nog voor betalen. (overspannen aansprakelijkheidscultuur)

3. **Reclame**

Wat? definitie:

Manier waarbij een onderneming zich zo efficiënt mogelijk in verbinding probeert te stellen met hun doelgroep

Elementen van een ethische evaluatie:

Reclame moet informeren, tracht de klant over de streep te trekken te overtuigen.

De ideale reclame is die van test aankoop → de persuasieve reclame.

Reclame → een culturele functie een image building functie.

Op zich niets mis mee maar wanneer het een manier wordt waarbij mensen zich proberen / kunnen afzetten van andere (merk producten merk kledij → verspreiden van look / imago)

Reclame als middel om de consumptie op te drijven.

Specifieke codes waarin volgende elementen worden veilig gesteld:

Fundamenteel recht van de onderneming valt terug op het *recht van vrije meningsuiting*. De producent mag het kenbaar maken aan de consument/ maar het blijft wel *aansprakelijk* voor HOE men zijn boodschap verspreidt. (aanzet tot geweld)

Reclame moet *respect voor de concurrent* bewaren en respecteren
Naamkeuze, pakketlabel, looks. (niet gelijkend op een ander)

Enkele krachtlijnen van de marketing ethiek

1. Rechten en plichten van werknemers.

moraal filosofische basis van het recht op arbeid 2 delen:

Het recht op leven: “het recht op arbeid impliceert het recht van iedereen op de kans om zijn levensonderhoud te verdienen door arbeid die hij vrij kiest of aanvaardt.” (EU sociaal handvest.)

Arbeid is de kans om zich te ontwikkelen, arbeid leid naar zelfontplooiing.
Recht op zelfontplooiing: “Het afgewerkt product houdt de arbeider een spiegel voor.” (K.Marx)

3 accenten op arbeid in de kerkelijke sociale leer:

Terug te vinden in de credo's en hedendaagse cultuur.

Het gezin: de organisatie / het bedrijf mag geen hinderpaal zijn voor het gezin.
 (“*De organisatie van de arbeid mag een hinderpaal zijn voor de eenheid, het welzijn en de stabiliteit van het gezin.*”)

De persoon: de arbeider is géén radertje van het grote geheel (JPII Laborem exercens)
 (“*De arbeider is het wezenlijke doel van het gehele productie proces.*”)

De gemeenschap: een vereniging van aandelen maar ook van mensen
 (“*Een bedrijf is een vereniging van kapitalen, maar ook een vereniging van mensen.*”) . (JPII Centesimus annus)

Uit het recht op arbeid volgen **zeven afgeleide rechten.**

Recht op een geschreven contract: daarvan zegt de ethiek dat je best een geschreven contract hebt.

Rechtvaardig loon:

Veilige & gezonde arbeidsomstandigheden:

Arbeid kwaliteit: dat het werk zelf ook aandacht moet krijgen.

Routines moeten vermeden worden.

Eenvoudige mensen ook tewerk stellen

Staken:

Medezeggenschap:

Eerlijk proces:

Wanneer is staken ethisch aanvaardbaar??

(Actueel)

Volgens de ethiek: dan moet een staking altijd *een procedure* volgen. Regels de stakingsaanzegging zodat mensen maatregelen kunnen nemen... (NMBS staking= probleem)

Dit is een vorm van *machtsmisbruik* → veelbetekenend dat men meer en meer spontane stakingen ziet = meer kunnen wijzen dat de basis zich niet erkend wordt door de top. Voeling met de werknemer ontbreekt.

Staking = het *laatste wapen*, voor een serieus probleem.

Een goed gericht wapen = aan diegenen die de oplossing voor het probleem kan bieden maar tegenwoordig is de werkgever gebonden met handen en voeten = wetgeving Eu reglementen, internationalisering.

Recht op staken is relatief en kan in conflict komen met andere rechten.

Recht op werken van de andere persoon.

Het recht op vrij verkeer van de andere (transport van goederen, mensen)

Recht op eigendom

2. **Rechten en plichten van werkgevers/ aandeelhouders**

2.1 Vermogensrechten

Verschil tussen vermogensrechten. Geldstromen die de aandeelhouders kunnen verwachten uitkering van een dividend, dat statutair bepaald is, aandeel in de winst

Het voorkeurrecht: (op voorhand inschrijven op een kapitaalverhoging) het recht op verkoop van aandelen met winst.

Ethisch gesproken 3 dingen bekijken.

- 1- Tussen aandeelhouder en de manager bestaat een contractuele relatie. (De ene het geld de andere het talent) en binnen de wetten van de vrije markt is het de bedoeling dat het geld zo goed mogelijk gaat renderen.
- 2- De kleine aandeelhouder moet ook goed geïnformeerd worden. Via het publiceren van Jaarrekeningen / verslagen. Zodat die (kleine aandeelhouder) zich een correct beeld kan vormen van de toestand van het bedrijf.
- 3- Iedere mens die aandelen bezit die moet weten dat het kopen ervan risico's inhoud. (= aanvaarding van het speculatief karakter)

2.2 Maatschappelijke rechten

Eigendomsrecht op aandelen = *stemrecht* in de algemeen vergadering. Op voorwaarde terug dat de "groten" en de "kleinen" in evenwicht zitten.

Handel met voorkennis (een probleem) de "groten" weten soms iets meer dan de kleine = de gelijkheid van mededinging wordt met de voet getreden. Gelijkheid van kansen.

Aandeelhouders 3 ethische principes.

- 1- “Het eigendomsrecht is niet absoluut en impliceert gebruik in overeenstemming met het algemeen welzijn” het feit dat men een aandeel bezit heeft een aantal plichten (schade aan gezondheid en milieu)
- 2- Morele aanvoelen. Een grote aandeel houder (holding) draagt een nog grotere verantwoordelijkheid dan een kleine aandeel houder.
(*“hoe meer macht een partij heeft, hoe meer verantwoordelijkheid dat ze moet dragen”*)
- 3- Maar die kleine kan toch op de Algemene Vergadering van Aandeelhouders een rol spelen. Vragen stellen opheldering vragen. Hij vertegenwoordigt de kleine ma de burger = verantwoordelijkheid.

Canadese Film

10 jr. oud

The age of Performance

De video laat zien hoe het productieteam meer eist van de mens en dier stelt.

Ook op welke manier de mens er zich probeert tegen te wapenen.

Het dier is het grootste slachtoffer. Neemt wraak op andere manier

Kippenpest, dollekoeien ziekte etc zijn gevolgen van de “stress” die het dier te verwerken krijgt.

De auteur van dit document heeft dit volledig vrijwillig ter beschikking gesteld. Het bevat een uittreksel van de les ethisch ondernemen dd. 19 oktober '05. Een faling van de student aan de hand van dit document kan niet doorverwezen worden op de auteur.