

אתיקה בעסקים

בדומה למלחמה או לאהבה, גם בעסקים, רבים טוענים שכל מעשה להשגת הצלחה ראוי לעשותו. מאחר ומטרת אנשי העסקים בחברה הקפיטליסטית היא להעלות את רווחי העסק, השאלה העולה היא: האם יש מעשים לא לגיטימיים להעלאת רווחי העסק? באופן כללי התשובה החברתית הביקורתית היא: כן. בין המגבלות המוטלות על איש העסקים, תרמית ואחיזת עיניים הן כמעט מובנות מאליהן. לדוגמא: יש אופנים לגיטימיים ובלתי לגיטימיים בפרסום מוצר. אבל היכן נמתח את הגבול בין המותר לאסור? האם מותר להגזים בתיאור יעילות המוצר, אפילו אם הטענות אינן מבוססות? תפקידו של מי לבקר מעשים אלה של המדינה? אבל אם כן, עשוי להיפגע חופש היזמה והיצירה העסקית. כיצד נקבע מגבלות אשר מחד, יאפשרו לאנשי עסקים מגוון פעילויות להעלאת רווחיהם, ומאידך ישמרו על גבולות תחום הפעילויות? בעיה זו כורכת בתוכה את השימוש בעקרונות פילוסופיים ויישומם למקרים ספציפיים, ובאופן כללי היא עוסקת בעקרונות וערכי מוסר שינחו באופן מפורט ובהיר את התנהגותם של אנשי העסקים. עקרונות וערכים אלו אינם עוסקים רק ביחסי ההתקשרות בין צרכן לבין ספק של מוצר או נותן שירותים, אלא הם גם עשויים לכלול את ההנחיות של מותר ואסור ביחסי הגומלין שבין עובד לעובד ויחסי מעביד עובד. ככזה, אתיקה בעסקים תגדיר את גבולות אופני ההתנהגות ומהווה מדריך מנחה לניהול ולפעילות תקינה של עסק.