



ETIKA V PODNIKANÍ PRI TVORBE INOVÁCIÍ

BUSINESS ETHICS IN INNOVATION CREATION

Miriam OLŠIAKOVÁ – Erika LOUČANOVÁ – Martina KALAMÁROVÁ

Abstract: This paper gives a view on the merits of ethical thinking in the development of innovation. The concepts of innovation and to innova in the minds of consumers associate with novelty, whether brand new, respectively a new product that augment or enhance the functional properties of products that are already receiving. The innovation cannot be regarded solely in terms of its current contribution, but in the long term and take into account that the benefits were also at the expense of someone else, not only a single sole. Precisely for this reason it is necessary to incorporate ethical principles into the development of innovation.

Abstrakt: Článok prináša pohľad na opodstatnenosť etického zmysľovania pri tvorbe inovácií. Pojmy inovácia a inovovať sa v mysliach spotrebiteľov spájajú s novinkou, či už takou, s akou doposiaľ nemali dočinenia, alebo s novinkou, ktorá vylepší alebo rozšíri funkčné vlastnosti produktov, ktoré už užívajú. Na inovácie však nemožno nahliadať len z pohľadu jej súčasného prínosu, ale z dlhodobého hľadiska a brať na zreteľ, aby jej výhody pre jedného neboli zároveň na úkor niekoho iného. A práve z tohto dôvodu je nevyhnutné začleniť etické princípy do tvorby inovácií.

Key words: ethics, innovation, business ethics, innovation risks

Kľúčové slová: etika, inovácie, podnikateľská etika, riziká inovácií

Úvod

Téma inovácií je v súčasnosti vysoko aktuálna a ich dôležitosť v neustále rastúcom konkurenčnom prostredí rastie. Málokto si však uvedomuje vzťah etiky a inovácií, čo je cieľom daného príspevku. Keďže základným princípom etiky je posudzovať naše konanie z aspektu „dobra a zla“ a cieľom inovácií je zlepšiť blahobyt ostatných (niekedy na úkor niekoho iného), o ich prepojení niet pochyb. Etika má svoje nezastupiteľné miesto pri posudzovaní cieľov inovácií, na ich postupnosť, ako i na vyhodnocovanie výsledkov spojených s ich zavedením do podnikateľskej praxe.

Základnou myšlienkou inovácií je „všeobecné dobro“, a to spôsobom, že ich užívateľom zjednodušia či spríjemnia bežný alebo pracovný život. Z pohľadu podniku je hlavným zmyslom inovácií zvýšenie produktivity a naplnenie podnikových cieľov.

Z globálneho pohľadu sa od inovácií očakáva, že zvýšená produktivita urýchli rozvoj spoločnosti, že prispievajú k sociálnemu bohatstvu, zlepšia kvalitu života a spokojnosť členov danej spoločnosti.

Na inovácie možno nazerať dvojakým spôsobom. Niektoré inovácie sú prínosom (i keď i v tejto oblasti by sa našlo zopár kritikov, ktorý by pozitívnu stránku popreli), a to pri výrobkoch ako je napríklad penicilín či iné lieky, ktoré napomáhajú prinavrátiť priaznivý zdravotný stav. Za prínosný sa vníma i vynález telefónu a hlavne inovácie vylepšujúce jeho úžitkové funkcie či vytvorenie rôznych technológií uľahčujúcich náš život. Na druhej strane také inovácie v zbrojárskom priemysle sú jednoznačne objektom diskusií.

Každá inovácia teda v sebe nesie rad pozitív, ale i rizík, za ktoré sa zodpovedá konkrétny inovátor alebo spoločnosť, ktorá sa pod danú inováciu podpisuje.



Problémom však je otázka, do akej miery prináša inovácia so sebou riziká, pretože inovácie, ktoré sa zo začiatku zdali byť prospešné sa môžu časom zmeniť za nežiaduce. Za niektoré z týchto rizík zodpovedá samotný inovátor v podaní podnikateľa. Za iné nesie zodpovednosť spoločnosť.

Inovácie sú navyše neraz sprevádzané škandálmi, keďže tlačia spoločnosť za hranice jej chápania a zónu komfortu.

Z uvedeného vyplýva, že prax si vyžiadala okrem samotných inovácií vznik tzv. manažmentu (riadenia) inovácií. Celý proces kombinuje jednotlivé kroky počnúc myšlienkou na vznik inovácie až po jej zavedenie do praxe, ktorého súčasťou by malo byť etické uvažovanie, ako zabezpečiť, aby inovácia bola čo najprospešnejšia v súčasnosti alebo i s odstupom času. Okrem zmieneneho, manažment inovácií rieši otázky typu koľko peňazí je potrebných na podporu inovácií v porovnaní s výdavkami na existujúce programy, koľko autonómie poskytnúť potenciálnym inovátorom a stanoviť, do akej miery môžu experimentovať. A samozrejme, je nevyhnutné zistiť, ako rozložiť riziká inovácií, aby sa zaistilo, že riziká a výhody inovácií sa primerane rozložené (MacDonald, 2013).

Dobrá versus zlá inovácia

Inovácie nie sú len o produktoch, ale mnohokrát sa dotýkajú prerodu spoločenských procesov. V takomto prípade hovoríme o tzv. „sociálnych inováciách“. Na pojem „sociálna inovácia“ nazeráme ako nové nápady (výrobky, služby a modely), ktoré zároveň riešia spoločenské problémy, plnia sociálne potreby aj vytvárajú nové sociálne vzťahy medzi príslušnými skupinami. Sociálnu inováciu môžu tvoriť také prvky, ako napríklad nová účasť na rozhodovaní, služby ovplyvňujúce sociálne postavenie konkrétnych cieľových skupín (či už sú poskytované komerčne alebo nie) a zmeny v systémoch sociálnej starostlivosti. Sú súčasťou kultúrneho rozvoja a spoločenskej zmeny.

Sociálna inovácia je teda novým riešením sociálneho problému a je mnohokrát účinnejší, alebo jednoduchší ako súčasné riešenie. Takto vytvorené hodnoty plynú predovšetkým pre spoločnosť a nie súkromným osobám (srra.sk, 2016).

Vlády, podniky a spoločnosť všeobecne majú tendenciu byť priaznivo naklonení mnohým inováciám, hlavne pri ktorých sa očakáva posun vpred najmä v oblasti technológií. Kladný postoj k inováciám taktiež vysvetľuje presvedčenie, že budú prínosom, budú predstavovať pokrok, vývoj smerom k lepšiemu, k svetlejšej budúcnosti.

Ale v skutočnosti, aj keď nám niektoré inovácie priniesli výhody, bez ktorých si už pomaly nevieme predstaviť život (elektrina), musíme pripustiť, že niektoré sú jednoznačne zlé, až extrémne. Príkladom zlých a extrémnych inovácií môžu byť koncentračné tábory ako inovácia pre masové vyhladzovanie.

V skutočnosti väčšinu inovácií možno považovať za neisté, pretože v sebe prinášajú dobro i zlo (pesticídy síce zabíjajú parazity, ale taktiež znečisťujú prívod vody). Táto nerozhodnosť a bipolárnosť inovácií sa môže lepšie riešiť, ak sa človek pozrie na inovácie ako na sociálny proces.

Dôležitá otázka znie: „Ako môžeme posúdiť dobré a zlé aspekty rôznych inovácií? A ako nám pri tom môže napomôcť etika?“ V tradičných ekonomikách sa inovácie hodnotia na základe presvedčenia, že prínos prevažuje riziko a teda že inovácie „nechávajú za sebou oveľa viac víťazov ako porazených, a že trhy sú lepšie schopné pozdvihnúť technológie ako byrokracia, úradníci alebo rôzne výbory“.



V súvislosti s uvedeným sa niektoré agentúry zaviazali lepšie rozlišovať dobré inovácie od zlých. Napríklad, Európska komisia nedávno sľúbila podporiť „zodpovedné inovácie“. Zodpovedné inovácie možno definovať ako „prístup, ktorý predvída a hodnotí potenciálne dôsledky a spoločenské očakávania s cieľom podporiť návrh komplexného a udržateľného výskumu a inovácií.“

Táto definícia má však niekoľko nedostatkov, pretože neposkytuje presný popis spôsobu, ako je to potrebné urobiť.

Tradičným disciplinám, fungujúcim už dlhé obdobie, ktoré mohli poskytnúť prísnejší a užitočnejší prístup k vyhodnocovaniu inovácií, v tejto oblasti dostatočne neuspeli. Týka sa to aj ekonómie, ktorá nebol schopná až doteraz nájsť niekoľko súdržných alebo komplexných metód na analýzu, ktoré druhy inovácií sú dobré a ktoré zlé. Ekonómia dokáže zistiť, kedy spotrebiteľia chcú alebo nechcú kupovať niečo nové, analyzuje externality, ktoré pri spätnom pohľade môžu preukázať, ktoré inovácie prinášajú zlé výsledky (ako znečistenie) alebo benefity (napríklad lacnejšie výrobky).

Ale ako môžeme spravodlivejšie vyhodnotiť úlohu technológií?

Táto otázka nemá jednoduchú odpoveď. Výzvy pre posudzovanie novo vzniknutých technológií sú obrovské, či už je to nový nano materiál alebo nové lekárske metódy, nové spôsoby liečby a podobne.

Potenciálnym zdrojom metód je posúdenie technológie, ktorá sa stala rozšírená na niektorých miestach v posledných desaťročiach. Vlády, investori, firmy a agentúry, oni všetci by mali prispieť k jej riadnemu posúdeniu, do akej miery sú technológie etické a prinášajú spoločnosti dobro. Najlepším spôsobom, ako zhodnotiť etickosť technológie, je používať pri jej posudzovaní biblické pravidlo: „Nerob druhým to, čo nechceš, aby oni robili tebe.“ alebo si predstaviť samého seba v roli jej konkrétneho používateľa (Fonseca, 2016).

Záver

Príspevok ponúka pohľad na inovácie, ktorých vznik predpokladá stanoviť, do akej miery majú jednotlivé technológie dopad na spoločnosť, ktorej sa inovácia týka. Neodmysliteľnou súčasťou týchto úvah by mala byť i etika, ktorá však býva často prehliadaná, prípadne sa okliešťuje len na určité oblasti. Firmy, ktoré zavádzajú inovácie, musia do budúcnosti rátať s tým, že ponosú zodpovednosť za následky svojich priekopníckych technológií.

V príspevku na inovácie nazeráme ako na kombináciu technologického vynálezu vo vzťahu s komunitou, ktorej sa inovácia týka.

Práve etika by mala byť vodítkom pre manažerov pri ich inovatívnom riadení, keďže práve oni robia dôležité rozhodnutia o inováciách. Výstupom etablovania etiky do inovatívnej činnosti by mali byť inovácie, ktoré budú dobré nielen pre organizáciu, ale i spoločnosť, ktorá ich bude užívať a posudzovať. Práve tieto vzájomne prospešné inovácie možno považovať za úspešné a zároveň trvalo udržateľné na trhu.

Ved' i Edison, ktorého meno sa spája s mnohými všeobecne prospešnými vynálezmi, hodnotil úspešné vynálezy nasledovným spôsobom: „Nechcem vynachádzať nič, čo sa nedá predat'. Predaj je dôkazom užitočnosti a úžitok je úspech“.

Použitá literatúra

[1] FONSECA, M. 2016. Good and Bad Innovation: An Overview Of The Ethics Of Innovation. [on-line] intelligenthq.com [cit. 21. 11. 2016] Dostupné na



<http://www.intelligenthq.com/innovation-management/good-and-bad-innovation-an-overview-on-the-ethics-of-innovation/>

[2] MACDONALD, Ch. 2013. The Ethics of Innovation. [on-line] businessethicsblog.com [cit. 12. 11. 2016] Dostupné na <https://businessethicsblog.com/2013/02/21/the-ethics-of-innovation/>.

[3] SRRA. 2016. Sociálna inovácia pri poskytovaní služieb: noví partneri a nové prístupy [on-line] srra.sk [cit. 21. 11. 2016]. Dostupné na <http://srra.sk/wp-content/uploads/2014/01/Soci%C3%A1lna-inov%C3%A1cia-pri-poskytovan%C3%AD-slu%C5%BEieb-nov%C3%AD-partneri-a-nov%C3%A9-pr%C3%ADstupy.pdf>

Kontakt

Ing. Miriam Olšiaková, PhD., e-mail: olsiakova@tuzvo.sk

Ing. Erika Loučanová, PhD., e-mail: loucanova@tuzvo.sk

Ing. Martina Kalamárová, PhD., e-mail: kalamarova@tuzvo.sk

Technická univerzita Zvolen

Drevárska fakulta

Katedra marketingu, obchodu a svetového lesníctva

T. G. Masaryka 24

960 53 Zvolen, Slovensko