

BUSINESS ETHICS`

Cikel leksionesh per studentet e degës

“MASTER NE KONTABILITET DHE AUDITIM”

Fakulteti i Ekonomise TIRANE

Pergatiti DR. HYSEN CELA

1.1. Biznesi dhe Morali

- Biznesi
 - një prej institucioneve që kanë kontribuar më shumë në përmirësimin e cilësisë së jetës njërëzore, krahas shkencës, artit dhe edukimit.
 - forca kryesore lëvizëse, që ju ka mundësuar miliona individëve të jetojnë jetën e tyre në një botë të pasur, të shëndetëshme, racionale dhe me plot gjallëri.
- Megjithatë,
 - asnjë institucion tjetër sa institucioni i biznesit, nuk ka qënë kaq shumë i shoqëruar nga dyshimi për imoralitet.
 - Pra... duket se togfjalëshi “Etikë e Biznesit” përbën në vetvete “një kontradiktë termash”....

1.1. Biznesi dhe Morali

- Një pjesë e mirë e filozofisë morale, supozon se moraliteti dhe prakticiteti (si tipar kryesor i biznesit), janë dy gjëra të ndryshme.
- Moralitetet e vlerësojnë biznesin sipas parimeve të tyre themelore morale.
 - Moralitetet e hershëm, për të justifikuar kundërshtimin për biznesin, kanë argumentuar se **kërkesat për moralitetin bien ndesh me kërkesat e prakticitetit të biznesit.**
 - Moralitetet e sotëm, përpiqen ta trajtojnë problemin jo me aq ekstremizëm, dhe **i konsiderojnë prakticitetin dhe moralitetin si dy linja të veçanta të menduari**, edhe pse jo rrallë mund të ndodhë që një veprim moral të jetë në të njëjtën kohë edhe një veprim praktik (biznesi).

1.1. Biznesi dhe Morali

- Në analizën historike të biznesit kanë zënë një vend të konsiderueshëm filozofitë e antibiznesit, të cilat e kanë parë biznesin si kundërshtar të moralit.
- Pikëpamja e cila e trajton kapitalizmin, si një histori e “baronëve hajdutë” që “u pasuruan” duke shfrytëzuar të varfërit..
- çështjet e moralit të biznesit... nuk janë të thjeshta, e për rrjedhojë, klasifikimi e analiza duhen bërë të pashkëputura nga:
 - **marrëdhëniet që vendosen midis biznesit dhe konsumatorëve;**
 - **marrëdhëniet që krijohen midis punëdhënësve e punëmarrësve;**
 - **natyra dhe vlera e formave të veçanta të organizatave të biznesit; dhe**
 - **Natyra dhe vlera e zhvillimit të tregjeve financiare.**

1.1. Biznesi dhe Morali

- Korporata (shoqëria tregtare) konsiderohet një nga inovacionet organizative më të rëndësishme - ajo dallon nga format e tjera të organizimit nga dy veçori kryesore:
- a) nga ndarja organizative midis pronësisë dhe menaxhimit; dhe
- (b) nga kufizimi ligjor i përgjegjësisë së pronarëve deri në shumën e kapitalit të investuar në korporatë.
- Rritja e zhvillimi korporatave nuk do të mund të realizohej pa zhvillimin e tregjeve financiare, pa funksionimin e bursave të cilat ndërmjetësojnë bashkimin e investitorëve me biznesin, duke e vënë kapitalin e lirë në dispozicion të korporatave.
- **Megjithatë, as suksesi i korporatave dhe as zhvillimi i tregjeve financiare nuk i kanë shpëtuar kritikizmit mbi moralitetin e tyre.**
- Perfundimisht, duhet thene se debatet për moralitetin e kanë shoqëruar zhvillimin e biznesit në të gjitha aspektet, dhe historinë e tij.

1.2. Mjedisi i biznesit dhe vendimarrja

- Menaxherët në vendimarrjen e tyre sot po kushtëzohen jo vetëm nga faktorët ekonomikë, por edhe nga faktorët moralë, pasiguria, impakti në mjedis, etj....
- Mjedisi i jashtëm i bizneset, nuk paraqitet më stabël e lehtësisht i parashikueshëm.
- Menaxherët duhet:
 - të përcaktojnë dhe zbatojnë ato strategji, që sigurojnë mbijetesën e organizatave,
 - të planifikojnë mirë objektivat dhe qëllimet e organizatave; dhe
 - t`i përgjigjen tregut e pasigurive.

1.2. Mjedisi i biznesit dhe vendimarrja

- Faktoret që kushtëzojnë menaxhimin dhe vendimarrjen e biznesit:
- **Kushtet ekonomike –**
 - struktura e ekonomisë në shkallë kombëtare e ndërkombëtare dhe prirjet e ndryshimit të saj;
 - format kryesore të organizatave të biznesit;
 - tregjet - mënyra e vendosjes së çmimeve dhe rregullat e tregut,
 - niveli i rregullimit në sektorë të veçantë të ekonomisë;
 - roli i dhe funksioni i shtetit në ekonomi, etj.
- **Sistemi politik –**
 - kushtëzon politikat zhvilluese;
 - nxit ose ngadalëson zhvillimin në tërësi apo në sektorë të veçantë;
 - strukturat politike institucionale kombëtare, europiane dhe ndërkombëtare,
 - format e qeverisjes dhe proceset demokratike,
 - roli që luajnë zgjedhjet, partitë politike dhe grupet e presionit në formulimin e politikës publike; procesi legjislativ; etj.

1.2. Mjedisi i biznesit dhe vendimarrja

- **Struktura sociale**

- prirjet sociale e demografike,
- shtresëzimin social,
- pikëpamjet sociale dhe ndryshimi i tyre;
- vlerat dhe besimet;
- qytetaria,
- edukimin arsimor – trainimi dhe lidhja e tij me performancën ekonomike.

- **Kuadri ligjor e rregullator:**

- sistemin ligjor, ligjet themelore, kontratat – format e tyre,
- zbatimin dhe detyrimin për zbatim;
- mbrojtjen sociale për punëmarrësit dhe konsumatorët,
- legjislacionin në mbrojtje të konkurrencës;
- etj.

1.2. Mjedisi i biznesit dhe vendimarrja

- **Zhvillimi teknologjik**
 - ndikimi që ka zhvillimi i teknologjive të reja tek njerzit, organizatat dhe shoqëria.

- **Faktorët ndërkombëtarë**
 - Roli i Institucioneve Ndërkombëtare:
 - Banka Botërore,
 - Fondi Monetar Ndërkombëtar,
 - Organizata Botërore e Tregtisë,
 - Etj.

1.2. Mjedisi i biznesit dhe vendimarrja

- Veç faktorëve “**tradicionalë**”, veprimtaria e organizatave të biznesit sot po kushtëzohet edhe nga:
- **Niveli i përgjegjesisë sociale dhe i etikës së biznesit**
 - detyrimet e organizatës ndaj pronarëve, punonjësve, klientëve, furnizuesve, komuniteteve, mjedisit;
 - përgjegjësia sociale dhe përgjegjshmëria ligjore dhe
 - etika e profesionalizmi.
- Publiciteti dhe debati që shoqëroi skandalet e mëdha ligjore e etike të disa viteve më parë në një numër të konsiderueshëm firmash të mëdha ndërkombëtare si Enron, WorldCom, Arthur Andersen LLP, Tyco, Parmalat, etj., nxori në pah nevojën që
 - menaxherët e bizneseve, në procesin e tyre të vendimarrjes, të **integrojnë etikën dhe përgjegjshmërinë**,
 - (studimet e kohëve të fundit tregojnë se vlerat dhe standardet e liderave të biznesit dhe të drejtuesve të tyre ekzekutivë kanë pësuar një përkeqësim të dukshëm këto 20 vitet e fundit).

1.3. Etika e biznesit

- Ne fakt ky term eshte perdorur ne tre stade apo zhvillime kryesore:
- **Stadi kryesor** i referohet zhvillimeve më të fundit që nisin me fundin e viteve 60-të dhe fillimin e viteve 70-të, kur edhe termi nisi të fitojë popullaritetin e duhur ne SHBA dhe Europe;
- **Stadi tjetër** shkon prapa në kohe dhe lidhet me lindjen dhe zhvillimin e biznesit; ndërsa
- **Stadi i tretë** lidhet me levizjet që kanë ndodhur e po ndodhin brenda biznesve (korporatave) sidomos për të futur etiken brenda strukturese se organizatave

1.3. Etika e biznesit

- Etika e Biznesit është një disiplinë relativisht e re, e cila po bëhet pjesë, gjithnjë e më e rëndësishme, e studimeve të biznesit.
- Etika e biznesit shkon përtej çështjeve që mbulohen nga ligjet e rregullat duke u fokusuar në ato fusha apo aspekte që janë të reja, ose mjaft të diskutueshme për t`u pranuar nga shoqëria.
- Etika e biznesit u zhvillua si disiplinë akademike vetëm në vitet 70-të.
 - Në vitet 60-të, korporatat u përballën me një sulm të shtuar që kundërshtonte sjelljet e tyre jo-etike.
 - Si reagim :
 - **Korporatat, zhvilluan programet e përgjegjësisë sociale** (më e theksuar kjo në SHBA), ku përfshiheshin donacionet për organizatat e bamirësisë dhe financimi i projekteve ne dobi të komuniteteve lokale.
 - **Shkollat e biznesit zhvilluan kurse për përgjegjësinë sociale dhe çështjet sociale në menaxhim**

1.3. Etika e biznesit

- Lindja e disiplines se Etikes se biznesit daton në Nëntor 1974, kur u mbajt konferenca e parë për EB në Universitetin Kansas (SHBA)
- 1982 – u botuan për herë të parë libra për këtë fushë, nga autorë të vecantë:
 - Richard De George – Business Ethics
 - Manuel G. Velasquez – Business Ethics , Concepts and cases

1.3. Etika e biznesit

- Edhe ne Europë, etika e biznesit, si disiplinë akademike e praktike është relativisht e re.
- Në vitin 1984, Universiteti “Sant Gallen” në Zvicër ngriti një qendër kërkimore për etikën e biznesit.
- Disa vite më vonë, Universiteti Nijnrodë në Holandë, përmes shkollës së biznesit të Holandës, themeloi katedrën e parë mesimore të etikës së biznesit në Europë,
- Sot në mbarë Europën perëndimore e në lindje të saj, etika e biznesit përbën një fushë të dallueshme të kerkimeve shkencore, të mësimdhënies dhe të monitorimit.
- Etika e biznesit është pararendur nga veprimtaritë akademike.

1.3. Etika e biznesit

- Ku dallonte EB si disiplinë nga çështjet sociale në menaxhim?
- A) EB kërkonte të jepte një kuadër të qartë etik, me anë të të cilit të vlerësoheshin bizneset dhe veprimet e korporatës, ndërsa përgjegjësia sociale synonte të paraqiste veprimet e korporatës nga këndvështrimi i kontributit pozitiv ndaj shoqërisë
- B) EB ishte kritike ndaj praktikave të biznesit më shumë nga sa ishte përgjegjësia sociale
- C) EB kishte si synim të trajtonte manaxherët dhe punonjësit si persona moralë me përgjegjësi dhe të drejta, megjithatë, fokusi kryesor vendosej tek korporatat dhe struktura e tyre
- Pavarësisht dallimeve duket se kjo disiplinë ndërfaqeje midis filozofisë dhe kërkimeve të biznesit

1.3. Etika e biznesit

- Sipas Profesor Henk Van Luijk nga Universiteti i Nyenrodë, Holandë, historia e etikës së biznesit në Europë krakterizohet nga:
 - (i) një e kaluar modeste, (c`ka qene)
 - (ii) një e tashme e komplikuar (c`është) dhe
 - (iii) një e ardhme sfiduese (c`do të bëhet).
- Evoluimi dhe zhvillimi i saj nuk mund të studiohet i shkëputur nga të tri tiparet kryesore dalluese:
 - (a) shkallës së përhapjes,
 - (b) kontakteve që u vendosën dhe
 - (c) temave të trajtuara.

1.3 Etika e biznesit

- **Shkalla e përhapjes shprehet ne:**
- Rritjen e numrit te katedrave dhe departamenteve universitare dhe të personelit akademik, aktiv në këtë fushë.
- Shtimin e veprimtarite ne formen e kurseve mbi “etikën e biznesit”, “përgjegjësinë sociale në biznes”, “mbi biznesin dhe shoqërinë”, etj.
- Publikimet, si p.sh. Revisa tremujore europiane “Etika e biznesit” , e cila doli për herë të parë në vitin 1992, pasuar sot nga publikime të shumta e më të shpeshta.
- Zhvimin i një numri konferencash, simpoziumesh e workshopesh nga institucione akademike, organizata profesionale apo edhe korporata biznesi.

1.3. Etika e biznesit

- Kontaktet që janë vendosur e po **vendosen**:
 - një rol themelor ka luajtur krijimi i rrjetit European të Etikës së Biznesit EBEN (1987), ku ka një pjesëmarrje të madhe të botës akademike dhe të botës së biznesit e asaj profesionale.
 - Rrjete të tjera për çështje të përgjegjësive sociale,
 - Në nivel të SHBA-së përmendet - Society for Business Ethics (1980) – takimi i parë i të cilës, u mbajt në Boston, në bashkëpunim me American Philosophical association
 - Te tjera.....
- Qëllimi i tyre është vendosja e kontakteve, që realizohet duke bashkuar në një rrjet një numër të konsiderueshëm njerzish, të cilët janë të interesuar në përmirësimin e cilësisë morale të proceseve të vendimarrjes në biznes.

1.3. Etika e biznesit

- Temat që trajtohen –
- komplekse, për shkak të diversiteteve kombëtare, si edhe për shkak të natyrës metodologjike, me të cilën EB trajtohet në vende të ndryshme, që cilat burojnë nga:
 - diferencat që ekzistojnë në shkallën e zhvillimit ekonomiko-shoqëror,
 - tradita e niveli i emancipimit social,
 - etj.

1.3. Etika e biznesit

- I. Historia e trishtuar:
- **mënyra me të cilën është pritur zhvillimi i etikës së biznesit**
 - shpesh, karakterizuar nga refuzimi si prej përfaqësuesve të biznesit ashtu edhe nga akademikët
- **identiteti i saj i pastabilizuar si disiplinë akademike.**
- Pavarësisht nga kjo ecuri e vështirë, përfshirja e eticienëve bëri të mundur të ndodhin disa arritje të rëndësishme, siç ishin :
 - rikonsiderimi i **rëndësisë dhe rritja e ndjeshmërisë ndaj moralit** në marrëdhëniet e tregut,
 - ndertimi i një tërësie mjetesh akademike afatgjata që shërbyen **për zgjidhjen e dilemave morale**, të cilat edhe pse të pa konceptuara në mënyrë specifike, u bënë të përdorshme në situatat e biznesit, dhe
 - përpunimi i një mendimi teorik mbi **limitet e racionalitetit ekonomik**, e theksuar kjo veçanërisht në vendet gjermanishtfolëse (Gjermani, Austri e Zvicër).

1.3. Etika e biznesit

- Edhe **pritja fillestare** ndaj etikës së biznesit **nga bota e akademikëve** nuk ishte shumë bindëse dhe ndeshi në dy pengesa kryesore:
- (a) **dyshimi se veprimtaritë e etikës së aplikuar nuk do të përballonin dot analizën akademike, për shkak të mungesës së karakterit shkencor dhe mungesës të thellësisë së mendimit.**
 - eticienët e biznesit ndeshën, ashtu si kolegët e tyre në fusha të tjera të etikës së aplikuar, një farë përbuzje akademike për faktin që profesionistët e etikës, do të zbrisnin në mbretërinë e veseve të zakonshme të praktikës.

1.3. Etika e biznesit

- (b) Akademikët u treguan **skeptikë** sepse ata ishin të bindur që, në fund të fundit, **etika dhe biznesi nuk mund të ballafaqoheshin me njëri - tjetrin.**
 - Sipas këtij këndvështrimi eticienët, që do të ishin aktivë në botën e biznesit, në mënyrë të paevitueshme do të përfundonin në shërbëtorë të sistemit të tregut të lirë kapitalist
- Edhe pse ky kundërshtim kishte disa paragjykime serioze, ata që e prezantuan kishin të drejtë në disa aspekte:
- së pari - **rezultati teorik i etikës së biznesit, në fillimet e tij ishte me të vërtetë i prapambetur; dhe**
- së dyti, - meqense eticienët e biznesit, ndryshe nga kolegët e tyre akademikë, qëndronin më afër pushtetit ekonomik, shhqetësimi i akademikëve ishte i kuptueshëm.

1.3. Etika e biznesit

- Ajo që i dha shtytje dhe e hodhi tej këtë pritjeje jo miqësore ishte **destabiliteti i brendshëm i vetë fushës dhe mungesa e një identiteti të qartë të saj.**
- Që në fillim, në mënyrë të hapur EB u pozicionua kryesisht në botën e biznesit, me synimin “**për të kontribuar në përmirësimin e cilësive morale të proçeseve të marrjes së vendimeve**”.
- Roli i saj ishte sjellja në një tavolinë të përbashkët të përfaqësuesve të biznesit dhe të eticienëve akademikë të universiteteve

1.3. Etika e biznesit

- II. Historia Premtuese:

- Ne vitet 90-të, etika e biznesit u bë shumë më tepër e pranishme, si në botën akademike, ashtu edhe atë reale.
- Një nga arsyet lidhet me transformimin ne kuptimin gjuhësor ose “semantikën”.
- Togfjalëshi “**etika e biznesit**” qe fillimisht nuk tingëllonte aspak tërheqës në veshët e europianëve, pasi duket se sillte imazhin e një autoriteti moral të vetë-vendosur, të krahasueshëm me atë të praktikave gjyqësore të pavarura, për të cilat asnjëherë nuk do të mbahej përgjegjësi thujse papritur,
 - u transformua në kuptim, në shumë gjuhë europiane, me ekuivalente te tilla si “**ndërmarrjet e përgjegjëshme**” - kuptimi semantik gradualisht u transformua nga pengesë në një thirrje për sjellje të përgjegjëshme dhe, për pasojë edhe gjykesit filluan të kthehen në partnerë.

1.3. Etika e biznesit

- Një faktor tjetër lidhet me **pasigurinë** që shoqëroi pushtetin në rritje të biznesit ne keto vite.
- Vitet 80-të shënojnë triumfin e ideologjisë së tregut. Sistemi “perëndimor” megjithese provoi se ishte shumë i suksesshëm nga pikëpamja ekonomike – ai u shoqërua me probleme të theksuara sociale -papunësi të madhe.
- Ky disproporcion shërbeu si një momentit i përshtatshëm për të axhustuar rregullat e tregut – perfshirja e objektivave të qarta sociale, si edhe detyrimet për mbrojtjen e mjedisit
- Periudha midis viteve 70-të e 90-të karakterizohet nga një ndryshim impresionues në qëndrimin e europianëve ndaj biznesit, ku vechohet shtimi i grupeve të interesuara që bëjnë presion e perpjekje për të ndryshuar shoqërinë, dhe sidomos kooperimi midis këtyre grupeve
- Kooperimi midis grupeve të ndryshme e harmonizimi i interesave të tyre bëri të mundur të krijohet një forcë reale që do t`i bashkonte me njëra tjetrën “interesat” e biznesit dhe të shoqërisë.

1.3. Etika e biznesit

- Në këtë periudhë ndryshimi u **ripërcaktuan**, jo vetëm që **pozicionet relative të fuqisë**, por edhe **rolet sociale bazë**, ose ato që mund të quhen **strukturat e përgjegjësive**.
- qeveria u pozicionua në një proces tërheqjeje nga arena publike.
- individët filluan ta shohin këtë proces ose si “**shpërbërje të shtetit të mirëqënies**” ose si “**de-burokratizim të sistemit shoqëror** me objektiv fuqizimin e individëve dhe promovimin e efikasitetit dhe të punësimit”.
- Në të vërtetë, nuk po ndodhte **thjesht transferimi** i përgjegjësive por përkundrazi - po ndodhte një **rishpërndarje e përgjegjësive, e për rrjedhojë shtimi i përgjegjësive morale**.

1.3. Etika e biznesit

- Aleancat krijuese dhe partneritetet shtet-privat, qoftë edhe të një natyre të përkohshme, krijojnë mundësinë për të transformuar strukturat shoqërore shumë më tepër se sa mund ta bënte këtë gjë çfarëdo lloj ligji.
- **Rigrupimi i roleve sociale** reflekton drejtëpërdrejt **zgjerimin e fushës së etikës së biznesit.**
- Megjithëse etika tradicionale e biznesit mund të shihet si një aplikim njëdimensional i parimeve etike në situata të ndryshme të biznesit, ajo që kërkohet është më komplekse dhe trajtimi duhet të jetë **shumëdimensional.**
- Vlerësimi shumëdimensional kërkon që të shqyrtohen të paktën tri dimensionet e biznesit:
 - **kompetenca morale e individëve (lider, menaxherë, etj);**
 - **kultura e organizatës; dhe**
 - **përgjegjësitë sociale të organizatës ose qytetaria e organizatës.**

1.3 Etika e biznesit

- (a) Dimensioni i kompetencës morale të individëve të organizatës përfshin:
- **teoritë kritike** si dhe
- një numër në rritje i **mjeteve** që përdoren për **fuqizimin e ndërgjegjes morale dhe të kompetencës morale** siç janë trainimet:
 - për dilemat,
 - për manaxhimin e moralit,
 - parimet etike dhe
 - integriteti i individëve.

1.3. Etika e biznesit

- (b) **Kultura e organizatës**
- Çështja bëhet më e komplikuar për dy arsye e mëposhtëme:
- **Se pari:** njerzve të biznesit ju duhet kohë të kuptojnë se etika nuk është se ka të bëjë vetëm me zgjedhje të vështira **personale**, pasi ajo lidhet me **kulturën**, me klimën dhe me identitetin e organizatës në tërësi.
- Cilësia e etikës, ose mungesa e saj, shfaqet në çështjet që trajtohen ose nuk trajtohen në axhendën e organizatës, si dhe në rregullat e standardet, të cilave njerzit ju referohen në mënyrë të drejtëpërdrejtë ose të nënkuptuar
- **Së dyti:** Të pranosh se etika është, ose duhet të jetë, element i klimës apo kulturës së organizatës është njëri aspekt, dhe të ndryshosh kulturën e një organizate në një drejtim të dhënë, është një aspekt tjetër.
- Kohët e fundit, shumë energji janë investuar në hartimin e instrumentave për auditimin dhe përgjegjshmërinë sociale e etike.

1.3. Etika e biznesit

- (c) Përgjegjësia e ose qytetaria e organizatës:
- aspekti më i komplikuar dhe më kërkues i etikës së sotme të biznesit në Europë.
- Këtu dalin në pah shumë elementë seriozë të një natyre sa konceptuale aq edhe praktike.
 - cilët janë të interesuarit (stakeholdersit) e organizatës:
 - Cilët persona dhe grupe individësh kanë të drejtë të pretendojnë nga organizata që, në vendimarrjet e saj, të marrë në konsideratë të drejtat dhe interesat e tyre.

1.3. Etika e biznesit

- Çështja e qytetarisë së organizatës mund të shtrohet edhe në një formë tjetër, por me një rezultat të ngjashëm:
 - deri në çfarë mase pritet me të drejtë që organizatat të kontribuojnë për të mirën e përgjithshme, për shembull, me anë të politikave transparente të nxitjes së punësimit ose me anë të një pjesëmarrje vullnetare në projekte të rëndësishme që do të përmirësojnë së tepërmi sigurinë dhe mirëqënien e një pjese të caktuar të popullsisë, të cilën qeveria e vetme nuk është në gjendje ta bëjë?
 - Për t'u përgjigjur këtyre pyetjeve, **përveç ndjeshmërisë morale, kërkohet edhe një pozicion i qartë ideologjik dhe kurajo politike.**
 - Në këtë mënyrë morali i biznesit bëhet pjesë e civilizimit, dhe i virtytit të organizatës, duke e shndërruar atë në një lojtar aktiv në skenën sociale, në funksion të një shoqërie më të mirë të krijuar bashkarisht dhe të një perspektive me të vërtetë premtuese.

1.3. Etika e biznesit

- Në kuptimin praktik, aspektet e qytetarisë së organizatës kanë si kusht dy kërkesa morale:
- (i) të vendosen aleanca krijuese; dhe
- (ii) të përpunohen mjete mbështetëse të përshtatëshme.
- Për shkak të perspektivës shumë-dimensionale të institucioneve dhe aktiviteteve të biznesit, etika e biznesit sot nuk është më problem i një njeriu të vetëm.
- Pyetja klasike morale **“Çfarë duhet të bëj unë?”** zgjerohet në pyetjen njesoj këmbëngulëse **“Cilët janë aleatët e mi?”**

1.3. Etika e biznesit

- Të jesh etik në biznes në shumicën e rasteve do të thotë:
 - të bashkohesh në shoqërinë e duhur dhe të kontribuosh në vendosjen e aleancave krijuese, kryesisht me natyrë të përkohshme, të cilat priren të zhvendosen.
- Në etike zbatohet parimi bazë i zhvendosjes, **që do të thotë se kur ju, si person ose organizatë, e keni të pamundur t`i ndryshoni gjërat për mirë, përgjegjësia juaj morale nuk përfundon në dorëheqje apo tërheqje, por zhvendoset në një nivel më të lartë, ku mund të gjenden aleatët e duhur për të kryer, me përpjekje të përbashkëta, veprimet e duhura.**
- Situatat e reja kërkojnë aleanca të konceptuara ndryshe, të cilat për t`u bërë funksionuese kanë nevojë për mjete mbështetëse të përshtatshme.
- Kjo është pjesa më e vështirë. Këtu përfundon historia premtuese dhe fillon ajo kërkuese.

1.3. Etika e biznesit

- **Historia këkuese:**
- Mjetet e nevojshme për të **promovuar etikën në biznes**, sidomos në nivelin e civilizimit të organizatave, janë të një natyre të dyanshme:
 - **struktuore dhe**
 - **personale.**
- Perspektiva shumë-dimensionale e veprimtarisë së biznesit kërkon që **morali i saj**, në një masë të madhe, **të marrë formë nën një kontekst institucional, pra brenda marrëdhënieve të institucioneve**, korporatave dhe personave me njëri-tjetrin.

1.3. Etika e biznesit

- Këtu etika e biznesit mund të nxjerrë mësim nga fusha e ekonomiksit institucional.
- Kjo degë e shkencës së ekonomisë, në përpjekje për rezultate ekonomike optimale dhe për të ingranuar me njëri-tjetrin institucionet e ndryshme ekonomike, ka dhënë vlerësime serioze lidhur me mjetet e koordinimit që duhet të përdoren.
- Midis mjeteve që përmenden gjerësisht nga literatura vecohen: **kontrolli, konkurrenca, vlerat e përbashkëta, dhe shkëmbimi bashkëpunues.**

1.3. Etika e biznesit

- Etika e biznesit po has gjithashtu probleme koordinimi në nivel institucional.
- A janë mjetet e ekonomiksit institucional të vlefshme kur ato përkthehen në gjuhën e moralit?
- Fakti nëse konkurenca në vetvete mund të sjellë përfitime morale, është një çështje e diskutueshme.
- Por vlerat e përbashkëta, kontrolli dhe shkëmbimi bashkëpunues natyrisht që mundën.
- Çështja është si ti aplikosh ato, dhe në çfarë niveli. Më konkretisht: **si ta bësh kontrollin moral efektiv, si të promovosh vlerat e përbashkëta morale dhe si të organizosh shkëmbimin bashkëpunues.**

1.3. Etika e biznesit

- Kjo na çon më së fundi në aspektet **kërkuese të etikës së biznesit në nivel personal**.
- Në fakt, etika në vetvete është kërkuese pasi ajo na detyron të zgjedhim, për mirë apo për më mirë, midis shumë alternativave tunduese.
- Në biznes tundimi ka dy anë: oportunizmin dhe fatalizmin;
 - oportunizmin, si zgjedhja për një fitim të lehtë ndaj principeve të shendosha;
 - dhe fatalizmin, si zgjedhja për tu tërhequr (dorëzuar) para fakteve në pamje zhgënjyese.
 - Në moral, kjo e dyta është me e keqe se e para, sepse oportunizmi edhe mund të rregullohet, kurse fatalizmi është thuajse final.