Конкурс

ЕТИЧКА ДИЛЕМА

2022

JA Macedonia

A Member of JA Worldwide®

Етичка дилема во бизнис

Задача

Маркетинг тимот на една фармацевтска компанија во подем, направил рекламна кампања за продажба на додаток во исхраната (суплемент), т.н. „Нова мултивитаминска имуно-формула“. Компанијата покрај лекови, произведува и додатоци во исхраната, разни витамини, минерали, ензими, билки, нивни концентрати или екстракти, протеински концентрати и сл.

Рекламната кампања за „Новата мултивитаминска имуно-формула“ ги нагласува/истакнува само позитивните ефекти од суплементот што го произведува компанијата. Маркетинг тимот се повикува на бројни искуства кои ги потврдуваат благотворните ефекти на производот и ги објаснува единствено придобивките што ќе ги имаат корисниците на производот. Рекламата завршува со зборовите: „Пред употреба на производот, консултирајте се со вашиот лекар или фармацевт“.

Вие сте член на Етичкиот комитет на оваа компанија и треба да ја оцените етичката исправност на кампањата. Соочени сте со дилемата дали компанијата има етичка обврска на потрошувачите да им обезбеди повеќе информации.

Имено, не постои согласност на научната заедница дали овој и слични додатоци се неопходни во исхраната и во колкава мера и дали воопшто има поволни ефекти од нивната консумација. На оваа тема нема долгорочни научни студии.

Од друга страна, неколку студии спроведени во медицинските институти во болниците, укажуваат на тоа дека со употреба на вакви и слични производи, кај пациентите постои можност за појава на негативни последици. Наведените негативни последици се непријатни, но не е докажано дека предизвикуваат сериозно и трајно оштетување на здравјето, ниту пак дека се предизвикани од овој тип производи. Дали компанијата сепак е должна да ги објави?

Дали е доволно тоа што производителот ги советувал корисниците пред консумирање на производот да се консултираат со стручно лице или компанијата преку својата рекламна кампања треба да им даде дополнителни информации?

Дали рекламирањето и продажбата на додатоци во исхраната се етички дозволени само кога сериозни медицински истражувања покажуваат дека тие помогнале или ја подобриле здравствената состојба на повеќето корисници?

Тоа што ја усложнува вашата одлука, е фактот што компанијата планира парите заработени од продажбата на суплементот да ги инвестира во истражување и производство на вакцина за мултиплекс склероза. Оваа хронична болест на централниот нервен систем погодува околу 2,8 милиони луѓе во светот и засега нема познат лек. Ваквите истражувања во фармацевтската компанија биле претходно започнати, но биле запрени поради недостиг на финансии. Сега, компанијата планира профитот од продажбата на суплементот „Нова мултивитаминска имуно-формула“да го реинвестира во истражување и производство на вакцина, која ќе ја превенира појавата на мултиплекс склероза. На овој начин компанијата сака да покаже етичност и општествена одговорност.

Како е правилно/етички да се постапи во оваа ситуација?