

Predgovor

Norman Bowie

Predavati na kolegiju poslovne etike može biti vrlo težak zadatak. Mnogi studenti studiraju poslovanje kako bi se obogatili ili barem kako bi dobro živjeli.¹ Oni vjeruju da je kapitalistički svijet poslovanja neka vrsta džungle u kojoj samo najsposobniji (najkompetitivniji) preživljavaju. Etika je u tom svjetlu i s obzirom na poslovanje vrlo daleko od samog moralnog djelovanja u drugim dijelovima ljudskog života. Kao što je to kazao jedan američki pisac, “etika poslovanja je etika pokera”, a u pokeru je blefiranje i varanje dopušteno.

Pri podučavanju poslovnoj etici, predavač mora uvjeriti studente da ovdje opisan pristup poslovanju nije korektan, te da dugoročno uništava samo poslovanje. Drugim riječima, kapitalizam zahtijeva moralna pravila ukoliko nastoji opstati. Jedan je od načina da se to ostvari pozivanje na kategorički imperativ Immanuela Kanta. Kant je tvrdio ukoliko je činidba moralno dopustiva, onda načelo (maksima) te činidbe mora biti moguće kao opći zakon. No, načelo ne može biti univerzalno ako je proturječno. Štoviše, Kant je držao kako je ovo načelo racionalno opravdano stoga što je naprosto izraz temeljnog zakona mišljenja.

¹ Profesor Norman Bowie je filozof, a specijalizirao je etiku i političku filozofiju i te kolegije predaje na diplomskom studiju na Odsjeku filozofije Sveučilišta Minnesota. No, njegovo područje znanstvenog istraživanja uglavnom se tiče poslovne etike. Drži istoimeni kolegij na diplomskom studiju na Carlson School of Management. Njegovi trenutni istraživački interesi uključuju etička pitanja u menadžmentu, etičke temelje kapitalizma, vodstva i smislenog rada. Nedavno je objavio knjigu koja primjenjuje Kantovu moralnu teoriju na poslovanje. Neka su od njegovih djela iz područja BE/CSR-a sljedeća: *Guide to Business Ethics*, (ur.), Blackwell 2002, *Ethical Theory and Business*, (ur. s T. Beauchampom), 7th ed. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice Hall, 2003, *Business Ethics: A Kantian Perspective*, Malden, Mass. Blackwell, 1999. Zahvaljujemo profesoru što je pristao na razgovor o ovoj temi, suradnju i pisanje predgovora. (op. ur.) S engleskog preveo K. Krkač.

Djelotvornost svog kategoričkog imperativa Kant je ilustrirao poslovnim primjerom. Zamislimo da je osoba u financijski teškoj situaciji i mora posuditi novac, ali zna da neće moći vratiti novac. Može li činjenica da je osoba u financijski slabom stanju opravdati tu osobu pri pružanju lažnog obećanja (obećanja da će vratiti novac, iako zna da neće moći vratiti novac). Kant bi upitao tu osobu da izvidi može li se načelo predloženog smjera djelovanja učiniti univerzalnim. Načelo bi u ovom slučaju bilo:

- kada je osoba u financijski lošoj situaciji, moralno je dopustivo obećati da će vratiti novac bez i najmanje namjere da taj novac vrati.

Kant naglašava da ako bi netko nastojao ovo načelo učiniti univerzalnim, onda bi to bilo kontradiktorno jer nitko ne bi posudio novac pod tim okolnostima. Opće pravilo koje bi dopustilo takvu praksu samim bi time podrivalo samu tu praksu (učinilo ju nemogućom). Stoga bi bilo pogrešno dati obećanje da će se vratiti dug u slučaju kada osoba zna da taj isti dug ne može vratiti.

Uporabom ovog načina razmišljanja lako je vidjeti da bi mnogi nemoralni postupci/radnje u poslovanju bili nemoralni jer ne bi mogli biti poopćeni. Na primjer, bilo bi nemoralno krasti. Na koncu, ako bi društvo imalo maksimu koja dopušta krađu, onda bi institucija nužna za krađu, tj. privatno vlasništvo, bila nemoguća. Univerzalna maksima koja dopušta krađu bila bi samoproturječna. Na isti način nemoralni su i postupci kršenja ugovora ili obmanjivanja.

Kant je, čini se, shvatio da su nemoralni postupci nerijetko postupci koji izuzimaju sebe sami. Dakle, radi se o radnjama koje se ne pretpostavljaju dopuštenima drugima osim samom počinitelju radnje, pod uvjetom da ih većina ne izvodi. Naime, laganje je primjerice moguće samo ako većina ljudi ne laže, krađa je uspješna samo ako većina ljudi ne krade, prevara je uspješna samo ako većina ljudi ne vara. No uspjeh u svakom od ovih postupaka znači da osoba, tj. počinitelj postupka izuzima samu sebe i dopušta si iskorištavati druge koji ne lažu, ne varaju, niti kradu.

Na ovaj način studenti mogu vidjeti da mora postojati moralni temelj poslovanja. Svaka pojedina poslovna osoba, ako želi biti vjerna moralnim temeljima, mora biti voljna javno zastupati i braniti načela vlastitog postupanja. Tako se ponekad isti cilj poduke o važnosti moralnih vrijednosti u poslovanju postiže pitanjem – biste li željeli vidjeti vaše odluke i razloge za njih otisnute na naslovnici časopisa kao što su *The Wall Street Journal* ili *The Financial Times*.

U društvima gdje se kapital za poslovanje prikuplja prodajom dionica tvrtke, dioničari postaju vlasnici tvrtke. Menadžeri kompanije imaju obliciju uvećati profit dioničarima. Tako osoba može studirati poslovanje kako bi postala menadžer i ostvarila veliku zaradu, drugim riječima – osoba zarađuje mnogo zato što doprinosi uvećanju bogatstva dioničara. Ovaj vidik oblicije menadžera s obzirom na uvećanje bogatstva dioničara najizraženiji je u SAD-u. Dobitnik Nobelove nagrade Milton Friedman to je iskazao otprilike ovako:

- postoji samo jedna vrsta društvene odgovornosti poslovanja, a ta je stvaranje profita dioničarima koliko god je to moguće bez kršenja svakodnevnih normi moralne ispravnosti.

Stajalište Milтона Friedmana religijski se propovijeda na većini odsjeka za financije u SAD-u. Kako god bilo, suprotno stajalište nastoji pokazati da oblicije menadžera uključuju više od samog uvećavanja bogatstva vlasnika. Odluke menadžera utječu na mnoge druge. Neki od tih drugih pripadaju u skupine koje su nužne za preživljavanje tvrtke. Oni koji su pod utjecajem odluka menadžera nazivaju se “interesnim dionicima” [*stakeholders*] u širem smislu riječi. Tradicionalno, interesni dionici u širem smislu riječi uključuju potrošače, zaposlenike, dioničare, dobavljače i lokalnu zajednicu. Ponekad se dodaju vlada i mediji. Prema ovom obliku interesno dioničkog kapitalizma moralna je oblicija menadžera uravnotežiti interese različitih interesnih dionika. Moralni menadžer [*moral manager*] ne smije biti zainteresiran isključivo za dioničare.

Ali, kako to učiniti? Ponovno filozofija Immanuela Kanta može biti od pomoći. Drugi način formuliranja kategoričkog imperativa kaže – osoba

uvijek ima obligaciju tretirati druge osobe, uključujući i sebe samu, kao ciljeve, a nikada kao puka sredstva. To znači da nikada ne može tretirati osobu kao sredstvo za svoje vlastite ciljeve ili ciljeve drugih [već kao biće koje vlastite ciljeve ima samo u sebi]. Ako menadžer naprosto rabi druge kako bi se obogatio ili kako bi uvećao bogatstvo dioničara, on djeluje nemoralno. Dio poštivanja osoba sastoji se u tome da ih se ne koristi kao sredstva. Ako su poslovne transakcije takve da rezultiraju dobrobitima za sve uključene strane, te ako su poslovne tvrtke kooperativne institucije, onda ljudi uključeni u njihovo djelovanje ne mogu biti korišteni naprosto kao sredstva za ciljeve tih istih tvrtki. Svatko mora primiti neki oblik dobrobiti. U organizacijskom kontekstu, postupci kao što su timski rad i participacija radnika *prima facie* bolji su s obzirom na poštivanje ljudi nego, primjerice, autoritarni hijerarhijski postupci. Dobar dio poslovne etike sastoji se u razvijanju načina postupanja koji poštuju interesne dionike. Primjeri uključuju zaštitu privatnosti zaposlenika (poslovna etika rada) i zaštitu potrošača, obranu od obmanjivanja u oglašavanju (poslovna etika marketinga) kao i zaštitu prava na kolektivno pregovaranje.

U stvarnosti se možda teorija interesnih dionika i teorija dioničara puno ne razlikuju. Zamislimo da je briga za interese skupina kao što su potrošači, zaposlenici i dobavljači nužna za uvećanje bogatstva dioničara. Ako je to slučaj, onda menadžeri ispunjavaju svoje obveze prema dioničarima samo ako poštuju interese ostalih interesnih dionika. Poslovna bi se etika stoga trebala usmjeriti na one slučajeve u kojima su interesi dioničara i ostalih interesnih dionika u sukobu. Upitno je ima li ovakvih slučajeva puno ili malo.

Službena politika EU nastoji promišljati korporacijsku društvenu odgovornost [CSR] drukčije no što to sugerira Milton Friedman i uopće politika SAD-a. Cilj je EU biti svjetski najkompetitivniji na znanju temeljen kapitalizam [*knowledge based capitalism*]. Kako bi to postigla, EU sugerira da poslovni subjekti trebaju prihvatiti održive poslovne načine djelovanja. Poslovanje djeluje na održiv način ako:

- 1) je financijski uspješno,
- 2) prijateljski raspoloženo prema okolišu i

3) društveno odgovorno.

Treća komponenta najčešće se odnosi na zaštitu i promociju ljudskih prava. Tradicionalna financijska izvješća i prosudbe nisu dostatne kako bi se procijenila održivost poslovanja. Tako je ovo trostruko mjerilo koje mjeri sva tri vidika održivosti bez daljnjeg nužno. Konkretno mjere, modeli i mjerila za ostvarivanje ova tri zahtjeva trenutno se razvijaju.

Jedan je od načina razvoja ovih vrijednosti održivosti tzv. dijalog interesnih dionika. To znači da prije donošenja odluke koja utječe na sve interesne dionike ili zainteresirane dionike menadžeri trebaju doznati sve njihove interese. Tako konzultiranje interesnih dionika i uzimanje njihovih interesa u obzir postaje načinom brige za njihove interese. Takvi razgovori interesnih dionika često od menadžera zahtijevaju razgovor sa skupinama dionika koje se protive poslovanju ili određenom načinu djelovanja. U Europi nevladine udruge (NGO) imaju tu zadaću.² U SAD-u takve udruge imaju malo utjecaja, a više imaju odvjetnici koji savjetuju dionike, istraživačko novinarsko izvješćivanje i mediji općenito.

Još jedna razlika između CSR-a u SAD-u i EU zavrjeđuje pažnju. U SAD-u se društvena odgovornost najčešće poistovjećuje s filantropijom, bilo korporacijskom, bilo osobnom. Primjerice, korporacija *Target Co.* daje 5% svog profita za humanitarne svrhe, a *William i Belinda Gates fondacija* isto tako daje milijarde dolara. U EU CSR znači potvrđivanje i zaštitu ljudskih prava, a u SAD-u ljudska prava služe kao vodilja.

Iako nema ništa loše u tome da studenti poslovnih škola žele postati menadžeri i zarađivati puno novca, ipak bi taj novac trebali zarađivati na moralno ispravan način. Poslovna etika ima i opće i posebne zahtjeve. Načelno, niti jedan menadžer ne smije prekršiti Kantov kategorički imperativ, a u Europi menadžeri imaju obvezu prihvatiti postupke održivog načina poslovanja.

Norman Bowie
Carlson škola menadžmenta

² Primjerice udruge za zaštitu potrošača u RH, op. prev.