

# Richard T. de George: Poslovna etika

---

**Persen, Vana**

*Source / Izvornik:* **Jahr : Europski časopis za bioetiku, 2011, 2, 359 - 366**

**Journal article, Published version**

**Rad u časopisu, Objavljena verzija rada (izdavačev PDF)**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:184:002752>

*Rights / Prava:* [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

*Download date / Datum preuzimanja:* **2024-09-20**



*Repository / Repozitorij:*

[Repository of the University of Rijeka, Faculty of Medicine - FMRI Repository](#)



Richard T. de George:

## Poslovna etika

Filip Višnjić, Beograd, 2003.

Iako knjiga *Poslovna etika* Richarda T. de Georgea nažalost do danas nije došla na hrvatsko tržište (riječ je o izdanju beogradskog izdavačkog poduzeća "Filip Višnjić" iz 2003. godine, ISBN 86-7363-368-0), činjenica je da je riječ o iznimnom djelu etičkog promišljanja poslovnog djelovanja, pa se nadamo da će poslužiti kao hvale vrijedan argument objavi prikaza, a konačno i interesu čitateljstva ovog časopisa.

Tome u prilog svakako idu reference samog autora: Richard T. de George ne samo da je ugledni sveučilišni profesor na odsjeku za filozofiju sveučilištu u Kansasu i dobitnik brojnih nagrada, nego i jedan od najplodnijih autora iz područja političke i socijalne filozofije, etike i primijenjene etike, s posebnim naglaskom na poslovnu etiku i računalnu etiku. Značajan pokazatelj njegove kontinuirane autorske prisutnosti jest činjenica da je prvo izdanje njegove knjige *Poslovna etika* (*Business ethics*) izašlo još 1982. godine; ovdje dajemo prikaz V. izdanja, a nedavno je svjetlo dana ugledalo i sedmo u nizu ponovljenih izdanja.

Knjiga *Poslovna etika* sadrži ukupno 648 stranica, podijeljenih u 5 glavnih poglavlja: Uvod, Moralno rasuđivanje u biznisu (sadrži 4 manja poglavlja), Moralno sporna pitanja u biznisu (13 poglavlja), Moralna pitanja u međunarodnom poslovanju (3 poglavlja) i Zaključak. Neminovnu različitost prisutnu u sadržajima poglavlja autor ipak uspješno prevladava ujednačenom formalnom strukturom: većina poglavlja (i potpoglavlja) započinje primjerom, (stvarnim ili imaginarnim), slijedi razrada teme, dok se na kraju svakog poglavlja nalaze pitanja koja bi čitatelju/ici trebala poslužiti kao podsjetnik temeljnih ideja i poruka.

Uvodni dio knjige Richard T. de George započinje poglavljem pod naslovom "Mit o amoralnom biznisu", svojevrsnim proglasom načina na koji mnogi ljudi u poslovnom svijetu i izvan njega shvaćaju poslovanje, s posebnim naglaskom na američki sustav poslovnih vrijednosti: smisao poslovanja je stvaranje profita i uvećanje bogatstva, te je bespredmetno pitati se o ulozi etike: poslovni svijet nije neetičan, on je jednostavno lišen vrijednosti (engl. *moral free*).

U poglavlju "Moralno rasuđivanje u biznisu" autor donosi pregled ranog moralnog razvoja, svojevrstne evolucije subjektivnog i objektivnog morala, moralnog relativizma i pluralizma, kao i morala kao kulturološki utemeljene kategorije. Prema Richard T. de Georgeu moralni sudovi nisu sami po sebi pogrešni ili ispravni, već ih takvima čine izrazi našeg mišljenja ili osjećaji. U današnjem svijetu među ljudima je sve više rašireno i prihvaćeno utilitarističko pravilo (koje, ako ga prihvatimo u poslovnom svijetu, poslovanje vrednuje na temelju posljedica), prema čemu je i sam autor prilično kritičan, nudeći istovremeno alternativu u moralnoj dužnosti, pravu i pravdi, deontološkom načina mišljenja i djelovanja, etici odgovornosti, vrlinama i moralnom rasuđivanju.

Središnji dio knjige čini poglavlje "Moralno sporna pitanja u biznisu", podijeljeno u dva dijela: o korporacijama i moralnosti, o pojedincima kao ključnim učesnicima procesa poslovanja, njihovim radnim mjestima i profesionalnim ulogama. Baveći se ovim pitanjima, de George ističe kako je prvi korak svakom moralnom vrednovanju znanje o tome o kojem je ekonomskom sustavu riječ, te koja su njegova temeljna pravila i zakonitosti. Ekonomija je često (pogrešno) percipirana kao grana djelatnosti koja nema nikakve veze s ljudima i njihovim moralnim stavovima, kao niz apstraktnih i samoregulirajućih procesa poput ponude i potražnje, tržišta novca, kretanja dionica i cijena. Velike su razlike, dakako, prisutne između različitih ekonomskih sustava (poput američkog slobodnog tržišta i kapitalizma, te državno upravljano socijalističkog modela). S obzirom na to da ne postoji univerzalni moralni imperativ koji bi odredio prednost pojedinog modela, moguće je rješenje upravo poslovna etika čiji je cilj sustavno proučiti praksu i strukture određenog ekonomskog sustava, ukazati na njegove moguće (etičke) nepravilnosti, te ponuditi prihvatljivu alternativu. Ako poslovna etika odstupa od svog cilja i smisla djelovanja, lako se možemo naći u poziciji u kojoj su jedini pokretači poslovanja, ali i moralne aktivnosti suvremene korporacije. S tim u vezi važno je podsjetiti i na nobelovca Milтона Friedmana, poznatog upravo po stajalištu da su korporacije lišene bilo kakve moralne odgovornosti (pripada im jedino pravna odgovornost). Nasuprot spomenutoj poziciji, nalazi se ona koje kaže da iako nisu (same po sebi) moralne ličnosti, korporacije imaju moralni status samom činjenicom što su institucije kojima upravljaju ljudi, te su ujedno podložne moralnom vrednovanju i procjenjivanju.

Od ostalih etičkih pitanja u poslovnom svijetu de George ističe pojavu potkazivanja, odnosno zviždača (engl. *whistle blowing*), kao ključan element osobne etičke svijesti pojedinca, te brojna moralna pitanja prisutna u marketingu (je li svaki proizvod *vrijedan* marketinške kampanje; način oglašavanja; opravdanost sprečavanja oglašavanja; etička prihvatljivost subliminalnog oglašavanja, manipulacije i prisile; laganje, zavodjenje ili obmanjivanje u oglašavanju itd.), reguliranju intelektualnog

vlasništva, otkrivanju poslovnih tajni, industrijskoj špijunaži. Kao posebno područje etičkog interesa de George ističe informatiku i računalne tehnologije i s njima povezane pojave, poput računalnog kriminala, povjerljivosti i zaštite osobnih podataka, krađe računalnog vremena itd.

De George pažnju posvećuje i radničkim pravima, što je često zanemareno u poslovnoj etici, te obavezama koje imaju i korporacije i sami radnici. Korporacije često zanemaruju prava i potrebe radnika, ne shvaćajući da upravo dugoročna briga za vlastite zaposlenike i zaposlenice donosi pozitivne rezultate i za samu korporaciju.

Posljednji dio ovog poglavlja posvećen je pitanjima profesije: u pravilu, profesije svoju autonomiju crpe iz društva, te upravljaju same sobom, što je posljedica specifične formalne edukacije, specijalizacije znanja i prepoznatosti profesije za zajednicu. Kako su pripadnici profesije prije svega ljudska bića, a tek potom pripadnici određene profesije, profesionalna etika ne može nikoga osloboditi općih moralnih obveza koje važe za sve ljude. Profesije se, kao i poslovanje, trebaju procjenjivati s moralnog stanovišta jednako objektivno i kritički kao i svi drugi oblici društvenog djelovanja.

Posljednje poglavlje bavi se poslovanjem na međunarodnoj razini. Postoji mnoštvo zemalja od kojih svaka ima svoj ekonomski, politički i sustav vlastitih društvenih vrijednosti. Svaka korporacija koja posluje izvan granica svoje matične države neminovno se susreće s mnogim problemima, ali i prednostima poslovanja (poput mogućnosti ušteda prebacivanjem proizvodnje u slabije razvijene zemlje), te se vrlo lako može naći ne samo s one strane morala, nego i zakona. Kao posljedica spomenutog u javnosti su česte optužbe poslovanja korporacija koje su popustile izazovima i iskušenjima neuređenog i nepravednog svijeta. Njihove su zloupotrebe ipak i u prvoj mjeri posljedica nedjelotvornosti institucija i izostanka sankcija na međunarodnom nivou. Događanja na globalnoj sceni, kao što su zagađenje zraka, iskorištavanje nafte ili svjetska glad, neminovno otvaraju nova, izazovna pitanja. Prestaju li naše obaveze na našim granicama? Kome pripada pravo iskorištavanja prirodnih bogatstva na nekom zemljištu i ispod njega? Imaju li multinacionalne korporacije i kakvu obavezu prema siromašnim zemljama čije prirodne resurse crpe? Multinacionalne korporacije čine građani više od jedne zemlje i samim time imaju obavezu da pomognu svim narodima u kojima posluju. Ideal bi bio da se svim zemljama pomogne da ostvare produktivni razvoj. Na žalost, još uvijek nemamo svjetsko društvo i svjetsku zajednicu, a upravo bi korporacije svojim djelovanjem mogle pridonijeti njegovom stvaranju, kao i konačnom rušenju *mita o amoralnom bizinsu*.

U zaključnom dijelu, autor ističe kako je upravo poslovanje (engl. *business*) djelatnost koja je ispunila prvobitni smisao i cilj američkog društva. Novi moralni imperativi u

poslovanju ne dolaze samo od malih grupa različitih ljudi, već i od vlada i zakonodavstva koji, tek ujedinjeni i usuglašeni, izražavaju jasne društvene zahtjeve i prioritete. Štoviše, upravo je poslovanje danas postalo aktivnost od koje se sve više očekuje da izađe iz vlastitih okvira i postane učesnik u novom svjetskom poretku utemeljenom na pravednosti i odgovornosti.

Etični ljudi neophodni su za postojanje etičnih društava, organizacija i korporacija. Poslovna etika je nacionalna, internacionalna ili globalna, kao i samo poslovanje, te ih ne omeđuju nikakve proizvoljne geografske granice. Što više konzumenti ekonomije budu zahtijevali da korporacije postupaju etično i što više budu svoje ponašanje potkrepljivali svojim djelovanjem, imat će snažniji utjecaj na promjenu politike određene kompanije.

Vještina moralnog rasuđivanja značajan je dio poslovne etike. Kroz knjigu *Poslovna etika* autor nas čini svjesnima zamki i nedostataka svakog pojedinog pristupa. Koristimo standardne tehnike moralnog rasuđivanja kako bismo odredili koje su radnje moralno dopuštene, koje zabranjene, a koje obavezne. Usavršavanje tehnika moralne argumentacije (i deontološke i utilitarističke) daje nam moć u raspravama o etičkim problemima, uključujući etička pitanja u poslovanju.

Ne postoji nikakvo najbolje društvo, a upravo je jedan od zadataka (poslovne) etike pomoći nam u njegovom stvaranju ili barem težnji da mu se približimo. Poslovanje je jedan od važni(ji)h aspekata društvenog djelovanja, ne samo kao područje zgrtanja bogatstva, nego i kao područje nužnog etičkog odlučivanja i djelovanja. Ono je jedno od glavnih aktivnosti suvremenog društva i njegova udruživanja, te je potpuno neopravdano na njega gledati isključivo kroz prizmu novca. Došlo je vrijeme kada se poslovanje treba i mora gledati kroz ljude, kada je zarada važan, ali ne i jedini smisao poslovanja. Cilj je poslovne etike stoga potaći ljude, u poslovnom djelovanju, ali i zakonodavstvu, na razmišljanje i djelovanje koje za cilj ima promociju moralnosti i unapređenje etičnosti društva, kako onog nacionalnog, tako i svjetskog.

"Pojam zajedničkog morala za svakog u svijetu je cilj koji treba postići, a ne postojeća stvarnost" (Richard T. de George, 2003., str. 61).

**Vana Persen**