PUČKO OTVORENO UČILIŠTE POETIKA

Završni rad u ljetnom roku šk.god 2015./2016.iz predmeta

**Poduzetništvo**

Tema:

Etika i ekologija u poduzetništvu

Mentor:

Nino Tusić, prof.

Polaznik:

Željko Vrljičak

Zanimanje:

Komercijalist

Osijek, svibanj 2016.

Sadržaj

[Uvod](#h.wtu82ajs03gd)

1. [Temeljne postavke današnje etike poslovanja i poduzetniš­ tva i još uvijek prisutni argumenti za i protiv](#h.mnbvb1xizuxv)

[2. Etičko pitanje izrasta iz konfliktne situacije](#h.tbxmyu3bg0iw)

[3. Razvojni put etike poslovanja i poduzetništva](#h.w5sn9yrjupv8)

[4. Glavne teme i sadržaji u suvremenoj etici poslovanja i poduzetništva](#h.lse7hy7h6grs)

[5. Ekologija u poduzetništvu](#h.d3ms9w1ma002)

[6. Zaključak](#h.4vyuh5bs5dxu)

[7. Literatura](#h.27igmqrgyd5)

# Uvod

Svi se načelno slažu kako je etika u gospodarsku i poduzetništvu danas i tekako važna, ali se nerijetko ona uzima Jednostrano, samo pod Jednim vidom koji nekome odgovara, pa ima dosta neslaganja i nezadovoljavajućih procjena i stavova. U našoj domovini u vremenu tranzicije neetička ponašanja na gospodarskome polju u žarištu su zanimanja.

Pokušat ćemo se stoga u ovom kraćem preglednom prikazu zaustaviti na temeljnim postavkama suvremene etike poslovanja i poduzetništva, razlučiti glavna područja njezine primjene i uočiti dileme, shvatiti najnovije crkvene smjernice, te prepoznati poticajne etičke odrednice u gospodarskom poduzetništvu.

Sve više jača svijest kako personalna etika - toliko važna u svakidašnjem ljudskom životu - nije sama po sebi dostatna kod donošenja etičkih odluka, Jer su u suvremenom gospodarskom poslovanju isprepletene raznolike vrednote.

# Temeljne postavke današnje etike poslovanja i poduzetniš­ tva i još uvijek prisutni argumenti za i protiv

Neke od tema koje su danas dobile prepoznatljivo mjesto u etici poslovanja i poduzetništva, kao što je npr. pitanje pravedne plaće, oglašavanja ili reklame, privatnog vlasništva, opće namjene vlasništva, pravedne raspodjele dobara, lihve i si., obrađivali su teolozi proteklih stoljeća u priručnicima posebne moralke u poglavljima o stožernim krepostima pravde, razboritosti i ljubavi.[[1]](#footnote-0)

Industrijska revolucija, nagli razvoj kapitalizma, stvaranje novih oblika proizvodnih institucija, gomilanje kapitala i sve brojnije mas e obespravljenih radnika; zatim formiranje slobodnog tržišta putem konkurencije, ponude i potražnje i sve daljnje pojave dinamičkog gospodarskog razvitka, učinile su znatne pomake u etičkom razumijevanju stvarnosti koje se nekad moglo prilično lako vrednovati uz pomoć razumljivih logičkih načela izvedenih silaznom dedukcijom iz općevažećeg prirodnog zakona.[[2]](#footnote-1)

Što je zapravo današnja etika poslovanja i poduzetništva ili gospodarstva i poduzetništva, odnosno "business ethics"?[[3]](#footnote-2)

Sama riječ "etika" upućuje na vrednovanje pod vidom dobra ili zla, i to na naznačenim sektorima i u sasvim određenim relacijama. Etika u gospodarstvu i poduzetništvu bavi se stoga primjenom moralnih standarda na gospodarske sustave i organizacije kroz koje moderno društvo proizvodi dobra i vrši usluge, a ujedno i na ljude koji rade u tim ustanovama.[[4]](#footnote-3)

Ne radi se o nekakvom teoretskom moraliziranju i pokazivanju onoga što bi bilo dobro ili zlo u nekim specifičnim situacijama - jer bi takav govor i rasprave mogli ostati daleko od svakidašnjeg života i nikoga posebno ne bi obvezivali - nego se ponajprije radi o pružanju određene pomoći u razumijevanju konkretnih vrednota kod donošenja poslovnih i poduzetničkih odluka.

Ove etičke odluke utječu na samu organizaciju, ali i na ljude koji u njoj rade i na širu sredinu.[[5]](#footnote-4) Riječ je, kako vidimo, o primijenjenoj etici koja računa s moralnim načelima i standardima u ponašanju u poslovnom svijetu.

Pitamo se: na koji je način moguće primijeniti etiku u poslovnopoduzetničko djelovanje i kako krenuti? Već smo prije spomenuli kreposti pravednosti, razboritosti i ljubavi, koje je tradicionalna moralka koristila u pristupu problemima vezanima uz ondašnje gospodarske prilike, te je pokušala uz pomoć načela i spomenutih kreposti uskladiti ljudsko ponašanje s božanskim zakonom i općim dobrom.

Polazeći od istih općih moralnih načela, u današnjim izmijenjenim prilikama u kojima se istančao osjećaj za pojedine vrednote, kao npr. pravda, ili ljudska prava i ljudsko dostojanstvo[[6]](#footnote-5) , etika poslovanja promatra ponašanje ljudi u gospodarskim institucijama i nastoji kod njih pobuditi svijest da razumiju i ugrađuju etičke sastavnice u svoje djelovanje i postupanje. Stoga se etika u gospodarstvu ne zaustavlja samo na analizi moralnih normi i vrednota nego zaključke, do kojih sama dolazi, nastoji primijeniti na institucije, tehnologiju i sve popratne aktivnosti vezane uz ono što se u poslovom svijetu označuje pojmom "business".[[7]](#footnote-6)

Kad govorimo o poduzetničkom gospodarstvu, moramo odmah naglasiti kako se radi o jednoj specifičnoj djelatnosti, koja je zasnovana na donošenju profita i opstoji samo ukoliko ispunjava svoj prvotni cilj, tj. donosi profit. Stoga se etika i etičnost odnose u ovom slučaju na aktivnosti svojstvene proizvodnji i trgovini. Upravo zbog navedenog razloga neki pokušavaju osporiti primjenjivost etike na područje gospodarstva i poduzetništva.

Kažu kako je dovoljno da poduzeće brine o vlastitim interesima i svojoj dobiti, i da se kao takvo što bolje prilagodi sve zahtjevnijoj tržišnoj konkurenciji, a "dobra etička djela" ovdje ne dolaze u obzir. Takvi isti navest će obrazloženje kako nitko nije prisiljen poći na tržište, jer je ono uvijek slobodno i vrata su svakome otvorena. Na tržište ljude vode vlastiti financijski interesi i ništa drugo, pa nek se stoga svatko snađe kako najbolje može i zna u konkurentnoj ponudi.

Drugi razlog pronalaze i u određenom etičkom relativizmu s kojim se susreću multinacionalne korporacije.[[8]](#footnote-7)

Međutim, ako s druge strane čitavu stvar bolje promotrimo moramo priznati kako etika upravlja svim slobodnim ljudskim aktivnostima, a u takve aktivnosti očito spadaju i poduzetništvo i poslovanje. Ali ne samo to. Poslovanje i gospodarstvo ne zaustavljaju se na samom donošenju profita, već ulaze u sve moguće relacije s društvom i okolinom gdje etika dobiva svoje prepoznatljivo mjesto.[[9]](#footnote-8)

Etika u poduzetničkom gospodarsku proizlazi iz potrebe odgovornosti, konkretno od moralne odgovornosti na tako osjetljivom području suvremenog poslovanja, a ona može ponekad prerasti i u moralnu obvezu.[[10]](#footnote-9)

Ipak moramo ovdje naznačiti razliku između samog koncepta etike - o kojoj raspravljamo - i socijalne odgovornosti. Socijalna odgovornost predstavlja obvezu radnih organizacija prema samom društvu, pa ide za tim da vlastitim djelovanjem uveća pozitivne efekte u društvu i okolini, a da smanji negativne.[[11]](#footnote-10) Svakako, socijalna odgovornost i etika u poslovanju imaju mnogo dodirnih i zajedničkih točaka, a ponekad se jedno gotovo podudara s drugim.

# 2. Etičko pitanje izrasta iz konfliktne situacije

Konflikti se zbivaju u situacijama kad se nečije vrijednosti i mjerila razlikuju od drugih. Izvor etičkih pitanja u poslovanju i poduzetništvu uglavnom su konflikti različitih vrijednosti, teoretskih postavki i moralnih imperativa, te ponašanja na poslu i u okolini.[[12]](#footnote-11)

Kad se radi o gospodarstvu i poduzetništvu često je ključ nesporazuma u teoriji o marketingu: s jedne strane je teorija koja daje potpunu slobodu tržištu s neograničenom konkurencijom, a s druge strane postoji isto tako razrađena teorija koja svijesno prihvaća u marketingu poneka ograničenja vezana ponajviše uz socijalne, mjesne, državne i ostale uvjete i zahtjeve.

Pitanje je veoma važno i na njemu se lome koplja, jer, ukoliko npr. prihvaćena postavka o marketingu prepoznaje najveću vrijednost u potpunoj slobodi tržišta i moći konkurencije bez ikakvih ograničenja, tada će svi ostali faktori, odnosni subjekti u gospodarsko-poduzetničkom procesu, biti podređeni temeljnoj postavci, a to je u ovom slučaju sloboda tržišta. Ukoliko pak teorija o tržištu računa na socijalne elemente i uvažava ih, pa vidi također radnika i njegova prava, uvjete rada, kvalitetu proizvoda i kupca, te nadležnu vlast koja može respektirati određene društvene prioritete i brine o životnoj okolini svojih građanja, naglasci će biti potpuno drugačiji.

Donijeti etičku odluku, više puta u složenoj situaciji gdje postoje različiti interesi, nije ni malo lako. Takva odluka teži za pravovaljanom procjenom - pod vidom dobra i zla - između raznovrsnih međusobno isplepletenih vrednota kod više subjekata uključenih u skupne procese. Istraživanja pokazuju kako etički konflikti nastaju ponajviše na poslovnim relacijama između kupaca, proizvođača, zaposlenih radnika, a pogoduje im uhodana negativna praksa pružanja i primanja darova i procenata za određene vrste usluga, kao i nejednakost (obično se koristi termin "diskriminacija") u cijenama.[[13]](#footnote-12) Primijenjeno teoretsko znanje ovdje uvelike pomaže da se otkloni znatan dio neetičkih postupaka.

Etika nam pomaže razabrati između dobra i zla i želi nas uputiti na načela koja je netko već primijenio ili se redovito ljudi po njima ravnaju u konkretnim slučajevima, ali nam nastoji ukazati i na druga načela, kojih možda nismo dovoljno svijesni, a od velike su nam pomoći u danim okolnostima. Pitamo se: koje mjesto pripada teologiji i ima li ona još što novo reći u odnosu na naravnu etiku?

Teologija se također oslanja na moralnu filozofiju, ali - u skladu s vlastitim teološkim postavkama i shvaćanju čovjeka - nastoji još više razumijeti etičko ponašanje u svim njegovim posljedicama, tako da može lakše prepoznati krije li se iza nekog poslovnog ponašanja čisti egoizam, korist ili nešto više od toga.[[14]](#footnote-13)

# 3. Razvojni put etike poslovanja i poduzetništva

Etika u poslovanju i poduzetništvu kao predmet, odnosno prepoznatljiva tema rasprava, pisanja i diskusija, novijeg je datuma i jedva odbrojava svojih 30-40 godina. Možemo razlužiti nekoliko etapa u njezinu razvoju. Do 60-ih godina teolozi su se povremeno doticali ponajviše pitanja pravedne plaće, rada, moralnosti u kapitalističkom poretku i si.

Katolička etika bila je zaokupljena sadržajima papinskih socijalnih enciklika - od prve Rerum novarum, pa sve do najnovijih tematskih pisama pape Ivana XXIII. - tako da se govorilo o pravima radnika, te više o humanističkim vrednotama, kao što su mir ili razoružanje, negoli o čisto materijalnim stvarnostima.

Od 60-ih godina javnost se sve više zanima za ekološke probleme, kao što su zagađivanje, prekomjerno trošenje prirodnog bogatstva i nuklearni otpad. Potrošačima onog vremena postaje sve važnija kakvoća proizvoda, a ne samo količina robe. Krenule su rasprave i o pravima samih potrošača. Razvijenije zemlje počele su već stvarati zakonske regulative na tom polju.[[15]](#footnote-14) Etika u poslovanju postala je u punom smislu predmetom studija tek 70-ih godina. Raspravljajući o socijalnoj odgovornosti, teološki pisci i voditelji javnih tribina izlazili su s prijedlozima kako valja uključiti vjerska načela i na gospodarsko područje.

Pitanje je potaklo filozofe i proučavatelje društveno gospodarskih kretanja da putem analiza pronađu etičku teoriju primjenjivu aktivnostima poslovanja i poduzetništva. Interdisciplinarni susreti doveli su ekonomiste, teologe, filozofe i poslovne ljude zajedno. Mnogi su sadržaji etičke naravi iz sektora poslovanja tada prepoznati na širem planu kao opće važeći, o kojima valja voditi računa. Akademski djelatnici potrudili su se identificirati, istražiti i opisati etičke sastavnice u poslovanju, pogotovo u procesu donošenja odluka.

Od 80-ih godina naovamo kaže se daje u razvijenijim zemljama, posebno u SAD-u, za etiku u poslovanju i poduzetništvu nastupilo vrijeme konsolidacije.[[16]](#footnote-15)

Naime, na mnogim je sveučilištima uveden predmet etika poslovanja, koji je postao veoma primamljiv za tisuće nadobudnih studenata. Tada se već sastavljaju udžbenici i priređuju različite zbirke konkretnih primjera s tog područja.

Vodeće multinacionalne korporacije, kao što su General Motors, General Electric Co, The Chase Manhattan Corporation, S. C. Johnson & Son Ine i druge, pokazaju javno zanimanje za novi predmet, organiziraju stotine tečajeva i nastoje, barem deklarativno, ugraditi nove spoznaje etike u način poslovanja.

Istom se u drugoj polovici 80- ih godina u Europi pojavilo jače zanimanje na akademskoj razini za etiku u poslovanju i osnivaju se katedre za "Business Ethics" najprije čak na četiri sveučilišta u Nizozemskoj, pa zatim u Švicarskoj (St. Gallen) i Njemačkoj (Eichstatt), dok se u drugim zemljama kao u Belgiji, Francuskoj, Velikoj Britaniji, Španjolskoj i Italiji, formiraju centri za proučavanje navedene problematike.

Prva europska konferencija o business ethics sazvana je g. 1988. I tada je počela radom European Business Ethics Netivork (EBEN). [[17]](#footnote-16)

Nadalje, od 90-ih godina sve se više institucionaliziraju, odnosno ozakonjuju, pojedine teme koje se odnose na etiku u poslovanju. Programi na lokalnoj, a još više na državnoj ili međunarodnoj razini, ne mogu proći ukoliko ne ispunjavaju određene etičke norme u poslovanju.

Dovoljno nam se prisjetiti samo svakojakih ekoloških uvjeta, zatim propisa koji jamče kvalitetu robe kao i prava potrošača da bude upoznat sa sadržajem proizvoda, prava zaposlenika, sigurnosnih uvjeti rada, itd. Uz odredbe stoje i kazne za ustanove koje ih se ne pridržavaju ili slijedi zabrana djelovanja. Sama poduzeća, a pogotovo međunarodne korporacije, potiču se na stvaranje vlastitih kodeksa etičkog poslovanja.[[18]](#footnote-17)

Dapače, smijemo reći kako stupanj razvijenosti pojedine ustanove, odnosno korporacije na određen način postaje danas prepoznatljiv i po tome koliko u svoje programe poslovanja ugrađuje etičke sastavnice.[[19]](#footnote-18) S negativne pak strane gledano, neetički postupci i ponašanja u poslovanju ili na bilo kojem području javnog života postaju u najnovije doba aktraktivne teme massmedija. Tako svijet javnih glasila neizravno usmjeruje k etičnosti.

# 4. Glavne teme i sadržaji u suvremenoj etici poslovanja i poduzetništva

Etika poslovanja i poduzetništva primjenjuje se na trima razinama: na razini strukturalno i zakonski usvojenih vrijednosti, na razini dotične organizacije i na razini djelovanja i ponašanja pojedinca ili skupine. [[20]](#footnote-19)

Prva se odnosi na političke, zakonske i druge socijalne vrijednosti u kojima se odvija poslovanje, pa se u tom smislu može postaviti pitanje o moralnosti kapitalizma i postojećih zakona koji podržavaju takav ili sličan sustav. Druga razina tiče se načina kako je organizirana i funkcionira neka korporacija ili poduzeće, te se može govoriti o moralnosti u aktivnostima i postupcima konkretne organizacije.

A kad je riječ o odlukama ili načinu pona­ šanja pojedinaca ili skupine ljudi, tada raspravljamo o trećoj razini primjene gospodarske etike. Najviše se zapravo etika poslovanja promatra na ovoj potonjoj razini, tj. na razini djelovanja i ponašanja pojedinaca i manjih skupina. Glavne teme i sadržaji o kojima raspravljaju i pišu današnji udžbenici o etici u poslovanju i poduzetništvu, uglavnom su ovi: radnik-zaposlenik, korporacija odnosno poduzeće, marketing, konkurencija i cijene, potrošač i, kao posljednje, pitanje ekologije. Navedene naslove i teme ne možemo promatrati izolirano.

Oni su uvijek u međuodnosu. I ovdje valja reći - što smo već u prethodnom odlomku spomenuli - da govor o radniku, potrošaču, cijeni, poduzeću ili okolišu ovisi o prihvaćenoj teoriji o marketingu.[[21]](#footnote-20) Pokušajmo sada u glavnim crtama precizirati i pojasniti pojedina područja i teme na koje se usredotočuje današnja poduzetnička etika.

**Zaposlenik - radnik.** Etički ili pak neetički odnos poslodavca prema zaposlenim radnicima uočljiv je najprije u postupcima kao što su: ispravno ponašanje ili u negativnom obliku, diskriminacija u zapošljavanju, unapređivanju, otpuštanju s posla i plaćanju.

Pitanje pravedne plaće posebno je osjetljivo. Sigurnost na radnome mjestu, zadovoljstvo na poslu i uvjeti rada iznimno su važni za radnika kao osobu.

Moralna prava zaposlenika odmjeravaju se prema civilnim pravima građana. Sudjelovanje radnika u donošenju odluka koje se tiču svih zaposlenih ima također svoju težinu. S druge pak strane, obveze radnika prema organizaciji - u kojoj dotični radi i gdje bi trebao promicati interese same ustanove - postaju izvor etičkog ponašanja. Podmićivanje ili odavanje poslovnih tajna krajnje su neetički radnikovi postupci u odnosu na poduzeće.

**Marketing.** O teorijama o marketingu govorit ćemo zasebno poslije. Kad ovdje raspravljamo o marketingu pod vidom naznačene etike, mislimo ponajprije na primjeren odnos proizvođača, odnosno njegova posrednika prodavača koji se pojavljuje na tržištu s proizvodom, i samog kupca. Aktivnosti marketinga svode se na zadovoljavanje kupca s proizvodom i pruženim uslugama. Komunikacija između robe i kupca vrši se putem pružanja oglasa ili reklame. Temelj je etike ovdje istinita reklama.

Postoji čak više teorija, od kojih neke idu u prilog proizvođača i ističu kako svatko može svoj proizvod oglašavati kako najbolje zna, dok druge žele zaštititi prava kupca. U svakom slučaju, kupac ima pravo na siguran proizvod i pouzdanu informaciju o kupljenoj robi. Mnogi današnji složeniji i sofisticirani proizvodi, posebno tehnički i elektronički aparati i računala, naprosto traže precizne, točne i istinite informacije i upute. Ozbiljni etički problemi nastaju kad proizvođač, odnosno prodavač - koji sam stvara i oblikuje reklamu - svjesno manipulira sumnjivim oglasnim sadržajima, a pritom se služi reklamnim trikovima kako bi namamio kupca da kupi robu.

**Konkurencija i cijene.** Problem određivanja pravedne cijene uključuje etičko pitanje i oduvijek zauzima središnje mjesto u poslovnom životu. U savršenom slobodnom tržištu fiksnu bi vrijednost robe valjalo odrediti nakon odbijanja troškova proizvodnje i primjerenih izdataka za nastavak daljnjeg poslovanja. U praksi, koja se udaljuje od ideala, postupa se na žalost drukčije, a to je lako uočljivo u cijenama onih proizvoda kojih nema dovoljno na tržištu, ili kad nema prave konkurencije.

Proizvođači se znaju ponašati monopolistički i prisvajaju pravo na proizvoljno formiranje cijena. O diskriminaciji ili neetičnosti u cijenama možemo govoriti onda kad se ista roba prodaje po nejednakim cijenama različitim kupcima, nerijetko s nakanom da se nanese šteta ili da se odstrani konkurent.

Jednako tako, dizanje ili obaranje cijena financijski jačeg s jasnim ciljem da se uništi slabijeg, prepoznajemo kao krajnje neetičko ponašanje. Multinacionalne korporacije. U modernom svjetskom poslovanju, posebno u visoko razvijenim zemljama, glavnu riječ u obrtaju kapitala i prometu vode multinacionalne korporacije.

Podaci za godinu 1995. između ostalog pokazuju da je najjača svjetska industrijska korporacija General Motors ostvarila toliki promet da je samo osam najrazvijenijih zemalja imalo godišnji budžet veći od ove kompanije.[[22]](#footnote-21)

S nastankom multinacionalnih poslovnih organizacija iskrsli su mnogi pravni, a još više etički problemi, kao npr. vlasničko pitanje, usklađivanje pravnih regulativa zemalja u kojima kompanija ima svoja postrojenja, izjednačavanje cijena u raznim zemljama, konkurencija između velikih organizacija, formiranje cijena koje nisu bezopasne za gospodarsku ravnotežu dotične zemlje, različite pravne norme i mjesni običaji, ekološki problemi i mnogi drugi.

Odluke koje mogu biti djelo uskog kruga, a vrijede za cijelu korporaciju, nisu lišene moralne odgovornosti. Veliki etički problem nastaje ako se u poslovanje multinacionalnih organizacija uvuče prikriveno podmi­ ćivanje od kojeg izvlače korist samo pojedinci, a gubi zajednička stvar i opće dobro.

Poznavatelji multinacionalnih korporacija ističu kako je za njihovo djelovanje i funkcioniranje izuzetno važna unutarnja "etička klima" koju stvaraju voditelji takvih institucija.[[23]](#footnote-22) U svakom slučaju velike korporacije, koje svojim djelovanjem nadilaze međe kompetencija pojedine zemlje, ozbiljan su izazov etici u poslovanju i socijalnoj odgovornosti.

**Ekološki problemi.** U drugoj polovici dvadesetog stoljeća svjetska je pozornost i briga usmjerena na zaštitu čovjekova okoliša. Uočavaju se dvostruki problemi: s jedne strane zagađivanje vode, zraka, te stvaranje otrovnih sastojaka i nuklearnog otpada, a s druge se strane nameće pitanje iscrpljivanja prirodnih zaliha minerala, nafte i plina.

Suodgovornost sviju za zajednički životni prostor nas koji danas živimo, ali jednako tako i onih koji će biti ovdje u budućnosti, postala je predmetom svakidašnjih diskusija i rasprava. Uloga čovjela na zemaljskom planetu počela se sve više shvaćati kao uloga odgovornog upravitelja dobara, a ne kao vještog eksploatatora. Upravo na području ekologije pitanje etike u poslovanju i poduzetništvu došlo je do punog izražaja.

Mogli bismo otprilike ovako sročiti etički problem: proizvodnja i poslovanje moraju se s punom odgovornošću odnositi prema okolini, tako da ni društvena, a još manje privatna korist ne mogu biti cijena neodgovornog zagađivanja.

# 5. Ekologija u poduzetništvu

**Ekološki i ekonomski interesi – osnovno razlikovanje**

U novije vrijeme sve smo češće svjedocima sukoba ekonomskih i ekoloških interesa koji se zbivaju na teritoriju Lijepe naše. Oni su prije svega vidljivi u industrijskim centrima i tiču se industrijskih onečišćenja, ili pak u energetici, gdje se događa ekološki i biološki upitna upotreba vodnih resursa. U te su sukobe uključene grupacije socijalnih aktera koji zastupaju određene ekonomske interese, zanemarujući one ekološke, i koji na taj način utječu na opstanak prirode, zdravlje okoliša, ali i na zdravlje ljudi.

Pri razlikovanju ekonomije i ekologije često upada u oči zajednički korijen obiju riječi, koje danas sa sobom nose sasvim različite konotacije. U vremenima klasične Grčke to nije bilo tako. Naime, riječ oikos na starogrčkom jeziku označava “dom”. Riječ

“ekologija” tako tvore riječi oikos + logos, što u doslovnom prijevodu znači znanost o domu, a riječ “ekonomija”; sadrži grčke inačice oikos + nomija, što u doslovnom prijevodu znači upravljanje domom. Ovako etimološki opisane, obje ove riječi i nisu tako različitih značenja jer se obje odnose na dom i ljudsko odnošenje prema njemu.

Današnja ekonomija niti izdaleka više nije samo gospodarenje domom. Manipuliranje prometnim vrijednostima različite vrste, otuđeno od upotrebnih vrijednosti prije je ono što su u staroj Grčkoj označavali terminom hrematistika (chrematistics), koja znači mešetarenje, spekuliranje novcem. Ono se ne bavi domom, zaboravlja voditi brigu o domu, često ne uključuje održivo upravljanje domom i okolišem, već čak i suprotno, budući profit i «razaranja doma», biosfere, klime i sl., koja ga prate, postavlja na prvo mjesto. Interes se definira kao “osviještena potreba pojedinca ili skupine ljudi, države…; društveno posredovana svijest o potrebi” (Anić, Goldstein, 2000.).

Dolazi od latinskih riječi interest, koja upućuje na činjenicu da je nekome stalo do nečega, i riječi interesse (inter: između, esse: biti) što znači biti između nečega, ticati se. Interesi izviru iz ljudskih potreba i oblik su artikulacije ovih potreba u neke ciljeve ponašanja.

Svaki pojedinac, svako ljudsko biće, ponaša se u skladu sa svojim spletom interesa i oni su mu važni; oni «pogone» i usmjeruju ponašanje ljudi prema nekom cilju koji tim ponašanjem žele ostvariti i dosegnuti.

U kontekstu modernog razvoja, pod vladavinom ekonomskih interesa, interesa profita i isključive financijske i ekonomske dobiti život se nalazi u ugrozi. Stanje okoliša i socijalne nejednakosti u suvremenom svijetu pokazuju da je na djelu “globalni napad na život”[[24]](#footnote-23) i sve se više nameće potreba da se život svjesno i organizirano brani. Odgovor globalnom trendu “;napada na život” pružaju socijalni akteri “obrane života” odnosno zastupnici ekoloških interesa, dobrobiti kao cilja, koji obuhvaćaju društvene pokrete, znanost (u ovom slučaju neovisnu), zelenu politiku te zelenu ekonomiju.

Ekonomski interes jest interes profita, usmjeren na maksimalizaciju zarade, pri čemu isti ne postupa odgovorno u odnosu prema zdravlju okoliša i ljudi, budući da mu se takva odgovornost ne uklapa u poželjnu usko, ekonomistički, koncipiranu “cost – benefit” analizu. Ekološki interes jest ponajprije orijentiran na odgovornost spram života i živog svijeta, nije orijentiran na profit te često u svom (samo)ostvarivanju nema u podlozi nikakvu kapitalnu dobit.

Svjetski poznati znanstvenik Edward O. Wilson u svojoj knjizi opisuje pozicije ekonomista i “okolištarca” (environmentalist) na sljedeći način: Ekonomist je fokusiran na proizvodnju i potrošnju. To je zapravo i realan stav, jer svako biće na planetu živi od proizvodnje i potrošnje. Ekonomist se u djelovanju vodi preciznim modelom racionalnog izbora i kratkoročnim predviđanjima. On se u procjenama koristi parametrima poput BDP-a (bruto društveni proizvod) i indeksa kompeticije, sjedi u odboru multinacionalne korporacije i inzistira na još uvijek plodnom planetu s navodno neograničenim izvorima prirodnih resursa.

Ekonomist će reći kako čovječanstvo danas svjedoči najvećem prosperitetu u povijesti. Okolišni problemi, naravno, postoje, ali moguće ih je riješiti. BDP industrijskih zemalja raste, a i ostale zemlje svijeta ih sustižu.

Diljem svijeta bilježi se geometrijski rast, a također raste i dohodak per-capita. Povećala se proizvodnja žitarica i mesa po stanovniku, bez obzira na porast stanovništva od 1,8% godišnje. U razvijenim zemljama na mjestima posječenih šuma odmah se sade nova stabla, pa šume imaju mogućnost brze regeneracije. Ekonomist smatra kako socijalni progres raste jednako kao i ekonomski progres, zato je potrebno osigurati daljnji rast potonjeg. Pismenost je svuda u svijetu u porastu, a s njom sloboda i emancipacija žena. Demokracija, zlatni standard upravljanja (engl. 'governance')se širi, a komunikacijska revolucija predvođena internetom akcelerirala je globalizaciju trgovine i evoluciju internacionalnih kultura.

Ljudska genijalnost uvijek je spremna naći načina nositi se s rastućom populacijom, omogućujući svima da prosperiraju. Ekonomist još uvijek inzistira na tome da je ''zelena revolucija'' bila uspješna, i da bi trebala biti ponovljena s novom tehnologijom. Ljudi su uspjeli divlji i negostoljubiv svijet pretvoriti u vrt, a nevolje koje su se dogodile putem mogu se ubuduće izbjeći. Ljudska dominacija jest sudbina Zemlje.

Okolištarac je fokusiran na neodrživost poljoprivrednih površina zasađenih monokulturama, prekomjeran izlov ribe i ostalih morskih organizama, i na ugrožene ekosisteme. Njegov glas jedva dopire do korporativnih krugova, on sjedi u odboru neke neprofitne organizacije i piše za Scientific American. Svijet u kojem on živi u ugrozi je.

Okolištarac odgovara da je točno da se stanje čovjeka na planetu u mnogočemu poboljšalo, ali to je samo dio slike. Čovječanstvo je stvorilo ekonomski pogonjen raj, ali on može funkcionirati samo na beskonačnom planetu, a već bi svima, pa i ekonomistu trebalo biti jasno da je planet, i okoliš zajedno s njim, konačan.

BDP i godišnja izvješća korporacija ne daju kompetentnu projekciju svjetske dugoročne ekonomije i treba im dodati rezultate istraživanja koja su obavili stručnjaci za prirodne resurse i ekološki ekonomisti. Ti stručnjaci u svoje analize uključuju procjene šteta za okoliš uzrokovane ekonomskom aktivnošću (GPI - pravi indikator napretka).

Ekonomski, a s njim i socijalni, progres ovise o bazi prirodnih resursa. Resurs je sadržaj ekonomskog rasta, i ako se ne vodi računa o iskorištavanju i raspoloživosti resursa, ekonomska budućnost je upitna. Kada se računici doda povlačenje podzemnih voda, presušivanje rijeka i smanjenje obradivih površina po glavi stanovnika, tek onda se dobiva kompletna slika o stanju planeta.

Pretpostavimo da globalni bruto dohodak, koji danas iznosi otprilike 31 trilijun dolara, raste godišnje za razumnih 3%. Do 2050. godine, GDP (globalni društveni proizvod) iznosio bi 138 trilijuna dolara, i uz pravednu raspodjelu, kompletna svjetska populacija živjela bi u blagostanju. Koja je pogreška u ovom argumentu? Okolištarac će reći: okoliš kojem je poremećena ravnoteža i resursi kojih je sve manje.

Ako nastavimo trošiti resurse (voda, tlo) ovom brzinom, oni će se nastaviti onečišćivati i nestajati u istom ili većem postotku. To će rezultirati zamrzavanjem ekonomskog rasta, koji će da bi se nastavio, morati osigurati još obradivih površina, što će za posljedicu imati daljnje uništavanje biološke raznolikosti i izumiranja vrsta. Ekološki otisak već je sada prevelik, premašuje bio-kapacitet, i nastavlja rasti. Ukratko, Zemlja je izgubila mogućnost regeneracije, a jedina nada jest u smanjenju potrošnje.

Česte su diskusije o (ne)mogućnosti pomirbe ovih dvaju sklopova interesa zbog njihove međusobne isključivosti. Pomirba je zaista nemoguća ako su na djelu radikalno isključive pozicije.

Ove pozicije, naime, često zapadaju u ideologije, i kao takve predstavljaju fiksna, definitivna i apsolutna poimanja svijeta, koja daju iskrivljenu sliku socijalnog realiteta, te stoga nisu niti istinite, niti prihvatljive niti plodna osnova za promjenu i pomirbu različitih interesa. U ovom trenutku pomirba ne samo da je moguća, nego je i potrebna, i već postoje konkretna rješenja koja uzimaju u obzir pluralizam ideja, životnih stilova i interesa.

Ova konkretna rješenja pružaju prihvatljivu sliku održivog življenja, koje, istina, ne uzima u obzir dogmatizam stavova, ali je uvijek otvoreno za promjene, i tolerira različitosti na način da nitko nikoga ne ugrožava. U idućem poglavlju razmatram nekoliko konkretnih primjera sukoba ekonomskih i ekoloških interesa. Pomirba, u svim svojim varijacijama, vjerojatno će se pokazati kao jedini način rješavanja ovih sukoba.

**Što je društveno odgovorno poslovanje?**

Definicija: koncept u kojem kompanije integriraju brigu o društvu i okolišu u svoje poslovanje te u odnose sa svojim dionicima, i to na dobrovoljnoj osnovi. Biti društveno odgovoran ne znači samo ispunjavati zakonske obaveze, već i preko toga, investirati u ljudski kapital, okoliš i odnose sa dionicima. Investiranje u tehnologije koje nisu opasne po okoliš može doprinijeti kompetitivnosti poduzeća. U socijalnoj sferi, ulaganje u edukaciju, radne uvjete te usvajanje dobrih odnosa sa zaposlenicima također može doprinijeti produktivnosti. S druge strane, u zemljama u kojima uopće ne postoje propisi, takva praksa može dovesti do usvajanja zakonskog okvira za socijalno odgovornu praksu.

**Interna dimenzija DOP­a**

Unutar poduzeća, socijalno (društveno) odgovorna praksa uključuje zaposlenike i odnosi se na područja kao što su investiranje u ljudski kapital, zdravlje i sigurnost te upravljanje promjenama. Odgovorna praksa u sferi zaštite okoliša odnosi se uglavnom na upravljanje prirodnim resursima koji se upotrebljavaju u proizvodnji.

**Upravljanje ljudskim resursima**

Jedan od velikih izazova pred današnjim poduzećima je kako privući i zadržati zaposlenike koji imaju odgovarajuće znanje i vještine. U tom kontekstu, odgovarajuće mjere mogu uključivati cjeloživotno učenje i osnaživanje zaposlenika; bolji protok informacija unutar poduzeća; bolju uravnoteženost između rada, obitelji i slobodnog vremena, jednake plaće i uvjeti za napredovanje žena; sigurnost na poslu itd. Aktivno praćenje zaposlenika koji ne mogu raditi zbog invaliditeta ili povrede na radu, također je dio DOP­a, koje ujedno doprinosi smanjenju troškova.

***Primjer iz prakse: Konzultantska tvrtka McKinsey & Company***

*«Od svakog djelatnika očekujemo da se konstantno razvija i unutar tima preuzima nove zadatke. Tko ne uspije u svom razvoju, mora napustiti tvrtku. Radi se o kodeksu ponašanja koji prihvaća svatko tko dolazi raditi u McKinsey. Ali kad nas konzultant mora napustiti, naša ga tvrtka podržava kako bi se lakše snašao. Svoje kolege ne prepuštamo tek tako sudbini u toj frustrirajućoj fazi, nego im pomažemo svojom mrežom i vezama.» Pitanje: Zašto je tvrtki McKinsey važno kako vi provodite svoje slobodno vrijeme i kojim se hobijem bavite? «Ne radi se o tome kojim se hobijima bave naši djelatnici, važno nam je znati da naše ljude zanima i nešto drugo osim njihovog posla. Naš slogan glasi «ptica s jednim krilom ne leti». Drugim riječima, tražimo ljude koje uz posao još nešto iznimno zanima. Može se raditi o društvenom ili političkom angažmanu, ili o intenzivnom bavljenju sportom». Iz intervjua s dr. Urlichom Finckeom, direktorom ureda McKenseya & CO u Zagrebu Bussines 2004. (posebno izdanje Globusa i Dnevnika).*

*Odgovorno ponašanje pri zapošljavanju, uključujući nediskriminirajuću praksu koja doprinosi zapošljavanju pripadnika manjina, starijih radnika, žena, nezaposlanih duže vremena te ljudi s posebnim potrebama doprinosi postizanju ciljeva Europske strategije zapošljavanja te smanjenju nezaposlenosti i borbi protiv socijalne isključenosti.*

# **6. Zaključak**

Etika u gospodarstvu i poduzetništvu kao predmet i prepoznatljiva tema broji svojih jedva 30-40 godina. Bavi se primjenom moralnih standarda na gospodarske sustave i organizacije putem kojih moderno društvo proizvodi dobra i vrši usluge, a isto tako prati ponašanje ljudi koji rade u tim organizacijama. Riječ je o primijenjenoj etici, koja se ne zaustavlja samo na analizi moralnih normi i vrednota nego zaključke, do kojih sama dolazi, nastoji primijeniti na sve ono što se u poslovnom svijetu označuje pojmom "business".

Etika u poduzetničkom gospodastvu proizlazi iz potrebe odgovornosti. Glavne teme i sadržaji o kojima raspravljaju i pišu današnji udžbenici o etici u gospodarskom poduzetništvu uglavnom su ovi: radnik-zaposlenik, korporacija ili poduzeće, marketing, konkurencija i cijene, potrošač i pitanje okoliša. Vrlo često srž problema postaje pitanje: kojoj se teoriji o marketingu netko priklanja; teoriji o potpuno slobodnom tržištu i nesmetanoj konkurenciji ili drugoj, koja pretpostavlja moguću intervenciju vlade ili države?

# 7. Literatura

1. O. Williams & J. Houck, Full Value: Cases in Christian Business Ethics, New York: Harper & Row, 1978.

2. D. J. Fritzsche, Business Ethics: A Global and Managerial Perspective, The McGraw-Hill: New York, 1997.

3. K. Krkač, “Uvod u poslovnu etiku i korporacijsku društvenu odgovornost”, Zagreb, 2007.

4. A. Bozanić, “O ETICI POSLOVANJA I PODUZETNIŠTVA “, Stručni članak, New York, 1998.

1. Usp. V. Burns, Business Ethics, u: The New Dictionary of Catholic Social Thought Collegeville: Minnestota 1994, 98-99. Moralisti 16. i 17. stoljeća De Lugo, Lessius, Molina i drugi skupljali su naznačenu građu u obliku rješavanja posebnih slučajeva-casusa u manualima namijenjenim ispovjednicima. [↑](#footnote-ref-0)
2. Naime, prema tradicionalnoj moralci glavno je bilo pokazati da li je i kako je određeno ljudsko ponašanje u skladu s božanskim zakonom i ima li kao cilj opće dobro [↑](#footnote-ref-1)
3. Za opće usvojeni engleski naziv "business ethics", za koji se u njemačkom govornom području koriste naizmjenično termini s različitim naglascima "Wirtschaftsethik" kao "etika gospodarstva" i "Unternehmensethik" kao "etika poduzetništva" (Vidi. S. Baloban, Etičnost i socijalnost na kušnji, Zagreb 1997., str. 29.), korisit ćemo ovdje naizmjenično naše nazive "etika poslovanja" ili "etika gospodarstva", "etika poduzetništva" ili pak zajedno "etika gospodarstva i poduzetništva" ili "etika poslovanja i poduzetništva". Ponekad će nam čak najbolje odgovarati i sam engleski naziv "business". [↑](#footnote-ref-2)
4. Vidi. M. Velasquez, Business ethics: concepts and cases, Prentice Hali: Upper Saddle River, NJ, 1998., (4.ed.), str. 15. [↑](#footnote-ref-3)
5. Vidi. O. C. Ferrell - J. Freadrich, Business ethics: ethical decision making and cases, Boston, MA, 1997., str. 5. [↑](#footnote-ref-4)
6. Dovoljno se je danas prisjetiti izdiferenciranog shvaćanja pravde: od egalističkog - koje traži jednakost na svim razinama, pa kapitalističkog - koje naglašava kontributivni vid, tj. da samo onoliko koliko netko pridonosi ili ulaže, toliko može povratno očekivati; do socijalističkog - koje govori da treba voditi računa o potrebi i sposobnosti pojedinca ili društva. Novost predstavlja i suvremeno razumijevanje ljudskih prava. [↑](#footnote-ref-5)
7. Velasquez, nav. dj., str. 15. [↑](#footnote-ref-6)
8. Etički relativizam kao teorija može biti veoma opasan, jer želi reći kako nema apsolutnog dobra i apsolutnog zla, već da sve ovisi o konkretnim prilikama, dotičnoj kulturi i sredini. U prilog svojoj postavci uzima iskustva multinacionalnih korporacija koje se vrlo često susreću s problemima što ne mogu jednaka mjerila i moralna ponašanja primijeniti na sve zemlje. [↑](#footnote-ref-7)
9. Velasquez, nav. dj., str. 35-38 [↑](#footnote-ref-8)
10. Isto, 43-48. O istom pitanju vidi. Baloban, nav. dj., str. 28-29. [↑](#footnote-ref-9)
11. Vidi. A. Carroll, Business and Societu: Ethics and Stakeholder Management, Concinnati, OH, 1989., str. 30-33. Sama socijalna odgovornost ostvaruje se na više sektora, na ekonomskom, zakonskom, na čisto etičkom i dobrovoljnom. Pod zadnjim, dobrovoljnim, mislimo na darivanje u karitativne ili u razne slične dobrotvorne svrhe. [↑](#footnote-ref-10)
12. Više o ovom pitanju može se naći u: D. J. Fritzsche, Business Ethics: A Global and Managerial Perspective, The McGraw-Hill: New York, 1997., str. 86-87. [↑](#footnote-ref-11)
13. Vidi. Ferrell - Freadrich, nav. dj., str. 46. [↑](#footnote-ref-12)
14. IstU str. 53-55. [↑](#footnote-ref-13)
15. U SAD se već za predsjednika Kennedvja g. 1962. formuliraju prava potrošača poznata kao consumers' bili ofrights. [↑](#footnote-ref-14)
16. Vidi. Ferrell - Freadrich, nav. dj., str. 9-10. [↑](#footnote-ref-15)
17. Podaci o ustanovama o etici poslovanja i poduzetništva u Europi uzeti su iz: H. Steinmann - A. Lohr (Hg), Unternehmensethik, Stuttgart 1991., a citirani prema: S. Baloban, Etičnost i socijalnost na kušnji, Zagreb 1997., str. 30-31. [↑](#footnote-ref-16)
18. Američke pravne upute o korporacijama izričito naglašavaju tu stvar. Usp. R. P. Conavov, Corporate Crime in America: Strengthening the Good Citizenship, (Washington, D.C: U.S. Sentencing Commission), 1995, 1. [↑](#footnote-ref-17)
19. Vidi. Fritzsche, Business Ethics: A Global and Managerial Perspective, str. 18- 38. Autor pokazuje kao je etičko ponašanje nužno za dugotrajni poslovni uspjeh. [↑](#footnote-ref-18)
20. Predložena podjela etičkih tema preuzeta iz: Velasquez, nav. dj., str. 15-16. i Burns, nav dj., str. 102 [↑](#footnote-ref-19)
21. Vidi. Burns, Business Ethics, str. 99. [↑](#footnote-ref-20)
22. Podaci iz: Velasquez, nav. dj., str. 14. [↑](#footnote-ref-21)
23. O. Williams & J. Houck, Full Value: Cases in Christian Business Ethics, New York: Harper & Row, 1978., 44 [↑](#footnote-ref-22)
24. Termin je preuzet iz naslova knjige Četvrti svjetski rat: globalni napad na život, Dražena Šimleše. [↑](#footnote-ref-23)