

O DELNIČARSKEM IN DELEŽNIŠKEM MODELU V POSLOVNI ETIKI

Povzetek. Članek je kritičen prikaz dveh prevladujočih in nasprotujočih si modelov poslovne etike. Kronološko je najprej nastal delničarski model, ki odgovornost uprav podjetja omejuje na odgovornost do njegovih lastnikov. Ta model je najvplivnejše zasnoval Milton Friedman v članku, objavljenem leta 1970. Kasneje se je izoblikoval deležniški model, ki zagovarja družbeno odgovornost podjetij do različnih notranjih in zunanjih skupin, na katere dobrobit podjetje vpliva s svojim poslovanjem. Obravnava deležniškega modela izpostavi, da z njegovo krepitevijo izginja razlika med državo in podjetjem, obravnava delničarskega modela, vsebovanega v Friedmanovem besedilu, pa poudari, da v nasprotju z mnenjem nekaterih kritikov Friedmanovo stališče ni amoralno.

Ključni pojmi: poslovna etika, družbena odgovornost podjetja, delničar, deležnik, podjetniško državljanstvo, etični egoizem

O ekonomiji in etiki

O razmerju med ekonomijo in etiko se v zadnjih nekaj letih govori veliko več, kakor se je še nedavno tega. Ta trditev drži predvsem za najširšo družbeno raven razpravljanja, kamor se vključuje tudi nestrokovna javnost – bodisi kot dejavna udeleženka v razpravah o predlaganih politikah bodisi kot naslovljenka razlag in komentarjev, ki jih v množičnih občilih ponujajo strokovnjaki, da bi državljanje opremili za politično odločanje. Hkrati imamo dobre razloge za sklep, da je raven vplivnosti tega najširšega kroga javnega razpravljanja o poslovni etiki tako na odločitve in prakse, ki jih uveljavljajo uprave podjetij, kot tudi na teoretski premislek teh praks, čedalje večja, saj pomembno prispeva tudi k ustvarjanju praga pričakovanj, ki jih do ravnanih podjetij gojijo potrošniki.

Za strokovno javnost ta uvodna trditev o razmahu razpravljanja o odnosu med ekonomskim in etičnim v ravnanju podjetnikov in menedžerjev ne drži povsem. Število strokovnih objav na tem področju se v zadnjih nekaj letih

* Dr. Igor Pribac, docent na Filozofski fakulteti, Univerza v Ljubljani.

ni povečevalo hitreje kot v letih poprej. A to še vedno pomeni, da v zadnjih dvajsetih letih beležimo velik razmah strokovnega delovanja na tem področju.¹ Stičišče in presečišče ekonomske in etične perspektive je namreč že davno odprt problem, o katerem se razčlenjeno izreka že Aristotel v Politiki in se prek srednjega veka prenese vse do Adama Smitha. Podreditev ekonomije moralnim ciljem je v nadaljnjem razvoju ekonomske teorije in s krepitvijo kompleksnosti ekonomskih odnosov v realnem svetu postajala čedalje bolj krhka. Ekonomija kot družbena veda je svoj vzpon doživljala v veliki meri prav v znamenju opuščanja vsakršnih moralnih okvirov, v katerih je do moderne dobe domovala in v njih imela svoje domnevno naravno mesto. Natančneje: prav opustitev vsakega metafizično utemeljenega odgovora glede vrhovnega dobrega, ki je hkrati počelo in prvi vzrok obstoja vsega, kar je – odgovora, ki naj bi z naravo tega prvega počela razkril tudi vrednost vsega, kar je iz tega počela nastalo in kar je prav zato vredno manj od njega –, je na površje prinesla idejo vede, ki lahko preučuje odnose med vrednostmi v tržnem gospodarstvu, v katerem vrednost posameznega blaga, ki se ponuja na trgu, izgublja oporo v radikalni notranjosti tega blaga, tj. v njegovem odnosu do svojega prvega vzroka. Namesto tega metafizičnega notranjega odnosa blaga in človeka z Bogom v ekonomiji odrešitve duše je ekonomija, osvobodjena vseh omenjenih predpostavk in implikacij, vrednost blaga postopoma začela razumeti kot spremenljivko, ki je odvisna predvsem od zunanosti razmerij ponudbe in povpraševanja. Vzpon ekonomije kot družbene vede je potekal v znamenju njene sposobnosti, da svoj predmet in metode opredeli kot proste vsake povezanosti s katerim koli moralnim sistemom oz. da pojasni ekonomsko vrednost kot povsem ločeno in neodvisno od vsakršne moralne vrednosti. Zarisovala se je možnost, da bi ekonomska veda, osvobodjena spon moralnega smotra, ki vedi in samemu gospodarjenju odreja njegovo mesto, vsaj deloma zasedla mesto morale in

¹ Čeprav so bila etična vprašanja, ki zadevajo ljudi, vključene v podjetniško dejavnost, že dolgo predmet obravnave moralnih filozofov, teologov in ekonomistov, se je poslovna etika kot akademska disciplina oblikovala v sedemdesetih letih prejšnjega stoletja (De George). Podobno kot za bioetiko in okoljsko etiko, ki so se razvijale časovno vzporedno, je tudi poslovna etika kot akademska disciplina nastala in se sprva razvijala zlasti na severnoameriškem kontinentu. Spodbuda za »etični obrat« so bila dogajanja v šestdesetih, ko je velike družbene skupine zajelo spraševanje o etičnih razsežnostih uporabe jedrskega orožja (kubanska kriza), vojskovanju na tujem in neokolonializma (Vietnam), pravičnosti rasnega razlikovanja, novih dilemah, ki jih je sprožil razvoj medicinskih ved (kontracepcijska tableta, presaditev srca), in, ne nazadnje, vznik zavesti o trajnih škodljivih posledicah, ki so jih imele nekatere industrijske (industrijski izpusti, odplake) in kmetijske tehnologije (pesticidi) na onesnaženje planeta. Podjetja so bila pogosto tarča kritik in nanje so se odzivala z razvijanjem pojma družbena odgovornost, ki je bil sprva predvsem pravno opredeljen. Leta 1974 je bila poslovni etiki posvečena prva znanstvena konferenca, konec sedemdesetih so v ZDA izšle tri antologije člankov o poslovni etiki, leta 1980 je bilo ustanovljeno Združenje za poslovno etiko, ki je prvič zborovalo v okviru srečanja Ameriškega filozofskega združenja, leta 1982 je izšla prva znanstvena monografija, ki je postala tržna uspešnica. Sredi osemdesetih so v ZDA organizirali vsaj 500 tečajev poslovne etike (De George).

postala njen nadomestek. Če je v srednjem veku imela pomembno mesto teorija pravične cene, se je v razvoju tržne ekonomije in njene teorije večkrat postavila nasprotna trditev, da je eno odločilnih družbenih vprašanj cena pravičnosti oziroma določitev obsega, v katerem si družba lahko privoščiti uresničevati (drage) ideale pravične razdelitve.

Toda tudi ekonomski redukcionizem, ki je nekakšna zrcalna podoba srednjeveškega zvajanja vsega na boga, ni prevladal. Prevladala je ideja, da sta obe, ekonomija in etika, preprosto druga drugi zunanji vedi in da gre pri njej za dva različna aspekta preučevanja sveta. Ekonomija pojme, prakse in institucije, ki zadevajo gospodarjenje, opisuje, analizira in na podlagi izsledkov napoveduje nadaljnji razvoj sistemov parametrov, ki jih opazuje. Pri tem se z morebitnimi kršitvami pravic deležnikov (zaposlenih, partnerjev, strank, krajanov), na katere s svojo poslovno dejavnostjo vpliva, ukvarja le, kolikor to zahteva zakonodaja. Celo ta raven, ki preprečevanje povzročanja škode drugim osebam razume kot nujni proizvodni strošek, lahko umanjka, če obvelja ocena, da je tveganje morebitnih sankcij zaradi zakonskih kršitev sprejemljivo nizko in je potemtakem ravnanje v skladu z zakonom ekonomsko »dražje« od njegovega sistematičnega kršenja. Poslovna etika se ukvarja z določanjem moralno najboljšega ravnanja in z moralnim ocenjevanjem realnih ravnanj ljudi. Medtem ko ekonomija išče ravnanja, ki bodo akterju prinesla največ koristi in se pri tem lahko ne ozira na neizterljivo škodo, ki jo bodo s takšnim ravnanjem utrpeli drugi, se etika ukvarja s posledicami določenega ravnanja na osebe, ki se razlikujejo od akterja dejanja, in se pri tem ne ozira na njihovo koristnost za akterja.

Vzajemne zunanosti izhodišč obeh ved ne gre razumeti kot pritrjevanja odsotnosti možnosti njunega srečanja in plodnega sodelovanja – nasprotno: njuna zunanost šele omogoča, da se sprašujemo o ekonomiki posameznih etičnih zahtev in – kar je bolj običajno in bo predmet obravnave v tem članku – o moralnosti posameznih institucij in načinov poslovnega delovanja, se pravi, o omejitvah, ki jih moramo v imenu zaščite pred oškodovanjem zahtevati od prizadevanj ljudi, da bi maksimirali lastno korist. Lotili se bomo namreč tudi predstavitev in analize Friedmanovega besedila, ki je najverjetneje bolj kot katerokoli drugo emblematično za pogled ekonomskega redukcionizma oz. ekonomskega neoliberalizma in se močno približa temu, da bi etiko razumelo kot ekonomsko kategorijo oz. da bi ji odreklo vsakršno omejevalnost. Toda najprej si oglejmo kasnejši model v poslovni etiki, ki je nastal kot odziv na Friedmanovo stališče.

Družbena odgovornost podjetij in deležniški model

Eden od ključnih aspektov razprave o odnosu med etično in ekonomsko sfero v razvitem tržnem gospodarstvu je vprašanje družbene odgovornosti

podjetij (*corporate social responsibility; CSR*). Mogoče je trditi, da je prav to vprašanje vse od nastanka poslovne etike eno najpomembnejših.² Vprašanje družbene odgovornosti podjetja se začinja že z vprašanjem njegovega moralnega in pravnega statusa. So pravni in moralni subjekt podjetja ali so to le posamezniki, ki so v njih zaposleni? Dejstvo je, da so podjetja v zakonodaji obravnavana kot pravni subjekt, vendar to še ne pomeni, da je njihov moralni status identičen pravnemu. Če so zaposleni v podjetju pravno in moralno odgovorni, se zastavlja vprašanje, ali so odgovorni vsi zaposleni enako, ali pa velja, da je njihova odgovornost razporejena v skladu z njihovo različno odločevalno močjo, in so tako odločevalci na vrhu upravljalvske strukture bistveno bolj ali morda celo edini odgovorni, saj morajo ostali zaposleni le uresničevati njihove odločitve? In seveda je tu še izjemno pomemben sklop vprašanj, namenjen določitvi instance, ki so ji zaposleni v podjetju odgovorni: Komu so zaposleni odgovorni? Zakaj so mu odgovorni? V kakšnem obsegu so mu odgovorni? Kako to odgovornost izkazujejo in izpolnjujejo? V teh vprašanjih je zajet velik del dilem v zvezi z družbeno odgovornostjo podjetij.

Glede tega sklopa vprašanj, sta se v teh nekaj desetletjih obstoja poslovne etike oblikovala dva temeljna odgovora, ki ves ta čas polemično soobstajata, ne da bi kateremu od njiju uspelo povsem zadovoljivo zavriniti stališča in argumente drugega. V novejšem času, če začnemo z nam bližnjega konca, se je izoblikovalo stališče deležniškega kapitalizma (*stakeholder capitalism*). Osnovi odgovor, ki ga na vprašanje družbene odgovornosti podjetja daje koncept deležniškega kapitalizma in deležniške smeri v poslovni etiki, je, da morajo podjetja v svojem ravnanju upoštevati vse deležnike, tj. vse tiste posameznike ali skupine ljudi, na katere s svojim ravnanjem vplivajo in katerih dobrobit to ravnanje izboljšuje ali poslabšuje. Družbena odgovornost podjetij oz. njihovih uprav je v tem pristopu v njihovem prizadevanju doseči ravnovesje zadovoljitve interesov vseh deležnikov tega podjetja. R. E.

² *Poslovna etika je danes akademsko že tako razvita disciplina, da prihaja do luščenja in avtonomizacije njenih posameznih delov. Danes tako govorimo o trženjski etiki, finančni etiki in računovodski etiki (Marcoux), kar je del širokega procesa etizacije vseh področjih javnega delovanja razvitih družb. Ta drobitev področnih praktičnih etik, ki seže vse do posameznih poklicev in jim ponuja po meri skrojene kodekse ravnanja, pogosto privede do preplastitve obče etičnih vsebin in postopkov, ki jih ti vsebujejo. Podobno kot pri bioetiki in okoljski etiki si lahko tudi glede poslovne etike zastavimo vprašanje, katera od obstoječih ved je matična veda zanjo. Zdi se, da so smiselni odgovori trije. Poslovna etika je a) ekonomska veda, b) interdisciplinarna veda ali c) filozofska veda. Podobnost med bioetiko in poslovno etiko je v tem, da gre v obeh primerih za etiko, ki se ukvarja z moralnimi vprašanji, ki vznikajo na določenem področju delovanja. Zdi se, da mešana narava vednosti, ki je potrebna za kompetentno ocenjevanje moralnosti ravnanj in ne nazadnje za samo prvoosebno odločanje, ponuja edini sprejemljiv odgovor, namreč, da mora biti strokovnjak domač v obeh pristopih. S tem se je mogoče strinjati. Toda opozoriti velja, da ta »dvokomponentna« vednost ni uravnotežena: problem, argumentacija in odločitve so etični in le zadevajo področje, o katerem mora akter imeti posebno vednost, da bi, na primer, vedel, kakšne so pričakovane posledice njegovih ravnanj v presoji in da bi lahko presodil njihovo moralno vrednost.*

Freeman, eden od teoretikov, ki je pomembno prispeval k oblikovanju tega stališča, to koordinacijsko vlogo podjetja povzdigne celo v smisel njegovega obstoja.³ Svojo teorijo opre na Rawlsovo teorijo družbene pogodbe in nastanek moralno sprejemljivega podjetja modelira tako, kakor Rawls modelira nastanek pravične države – z miselnim preizkusom pogodbe, ki jo sklenejo osebe za »tančico nevednosti«, tj. brez vednosti o tem, kakšno mesto bodo zasedale v realnem svetu, ki bi nastal kot posledica uresničitve pogodbe, ki jo pravkar sklepajo (Cf. Rawls, 2011: 34–39). Močno torej upošteva vrednoto avtonomije posameznika in pravičnosti. Njegovo opiranje na teorijo, ki je po mnenju mnogih najvplivnejša normativna teorija politične filozofije v drugi polovici prejšnjega stoletja (npr. Kymlicka, 2005: 93), ni osamljen ali presenetljiv primer križanja poslovne etike in politične filozofije. Večina strokovnjakov se strinja, da se velik del poslovne etike, zlasti tisti, ki sprejema deležniški pristop, opira bolj na normativne politične teorije kakor na normativne etične teorije.⁴

To prevladujoče naslanjanje poslovne etike na normativno politično teorijo nikakor ni nedolžno, saj implicira razumevanje podjetja, ki je civilno-družbena skupnost družbenikov, na podlagi države, ki je politična skupnost posameznikov – drugače rečeno: ločenost in temeljna različnost politične in civilnodružbene sfere družbe je na ta način zanikana ali vsaj omajana. Teoretsko naslanjanje poslovne etike na politično filozofijo je torej indeks vse bolj razširjenega dejanskega obravnavanja podjetij kot ustanov, ki se po svoji naravi ne razlikujejo od političnih skupnosti. Zbliževanje in prekrivanje

³ *Katere skupine deležnikov ima v mislih R. E. Freeman? V eni zgodnejših različic razvoja svojega stališča te skupine razvrsti v dva razreda: na skupine, ki so notranje poslovnemu svetu podjetja, in tiste, ki so temu svetu zunanje. Med notranje skupine uvršča zaposlene, kupce, lastnike in dobavitelje, v drugo pa vlade, tekmece, medije, potrošniške organizacije, okoljevarstvenike in posebne interesne skupine. Harrison dodaja še lokalne skupnosti in skupine pritiska (R. E. Freeman, 1984: 1–28; Harrison: 39). Premislek, ki lahko okrepi smiselnost takšne visoko segmentirane obravnave interesnih vektorjev posameznih skupin oseb, navzočih v podjetju in njegovi zunanosti, je sodobni trend rahljanja vezi in odvisnosti med strukturami znotraj podjetja, ki v končni posledici zabisuje razliko med zunanostjo in notranostjo podjetja, s čimer se to približuje organizacijski obliki, ki jo nekateri imenujejo mrežno podjetje (impresa rete) (Dioguardi). Mrežno podjetje je oblika organiziranosti, ki v okolju intenzivirane komunikacijske dejavnosti nastane kot posledica poslovne avtonomizacije posameznih proizvodnih faz. Poslovna avtonomizacija posameznih členov proizvodne verige podjetja postane mogoča, če lahko svojo dejavnost predstavijo kot razmeroma zaključen proizvodni postopek, ki ga je mogoče ekonomsko ovrednotiti in s tem tudi samostojno tržiti. Če razvoj produkcijskih in trženjskih trendov v smeri nastajanja podjetij, dojetih kot »produkcijskih mrež« (ib.: 125), podpira deležniško logiko razmišljanja, pa je mogoče zanikati, da podpira Freemanovo cepitev deležniških skupin na notranje in zunanje, saj je jasno, da gospodarska avtonomizacija posameznih procesov vodi mrežno strukturo produkcije, v kateri delitev na notranje in zunanje postaja čedalje bolj nejasna.*

⁴ *»Osnovna razprava v akademski poslovni etiki se suče okoli velikih podjetij, ki kotirajo na borzah. Svoje predpise si izposoja pri normativni politični filozofiji, manj pri moralni teoriji. Bolj se ukvarja z javnimi politikami do podjetništva (zlasti do velikih podjetij, ki kotirajo na borzi) in z institucijami kapitalizma kot z etičnim poslovnim ravnanjem, tj. s tem, kar bi moral početi poslovnež.« (Marcoux, 2008; Moriarty, 2005).*

normativnih okvirov poslovne etike in politične filozofije je posledica že omenjene Freemanove teze, ki zadeva naravo podjetja. Če je podjetje opredeljeno kot koordinator interesov vseh, ki z njim stopajo v odnos, se cilji tako pojmovanega podjetja ne razlikujejo več bistveno od ciljev politične skupnosti, razlika med njima je lahko pojmovana le kot razlika v stopnji.⁵ To zblíževanje podjetja in države, dveh entitet, ki ju je klasična teorija postavljala na različni družbeni ravni, lahko vsaj deloma razumemo tudi kot posledico silne krepitve družbene moči podjetij in njihovega transnacionalnega, celo globalnega delovanja. Ta raven delovanja v tem tisočletju dokončno preneha biti izjemna oblika delovanja večjih korporacij in postane prevladujoča. Interakcija med podjetjem in politično oblastjo se je s tem novim stanjem odnosov med podjetjem in politično skupnostjo diverzificirala in vse pogosteje se med gospodarskimi in političnimi entitetami vzpostavljajo enakopravni partnerski odnosi ali razmerja moči, v katerih je premoč pogosto na strani velikih mednarodnih gospodarskih korporacij.

Še višjo stopnjo zblíževanja med podjetniško in državno konstitucijsko logiko izkazuje eden od konceptov, ki se poteguje za namestnika koncepta družbene odgovornosti podjetja: podjetniško državljanstvo (*corporate citizenship*) (Crane in Matten, 2003; Harrison, 2005). Ta še mlad in ne povsem izdelan koncept, ki si je uveljavil po letu 2000, je uporabljen v več pomenih, ožjih in širših. Včasih je uporabljen, da bi spregovoril o »politični vlogi podjetja, ki spodbuja državljanske pravice (npr. enakost in čisto okolje)« (Harrison, 2005: 39), včasih pa pomeni zahtevo podjetja, da je na podlagi svojega statusa pravne osebe obravnavano podobno kot državljan, ki mu pripadajo državljanske pravice: pravica do nastopanja v javnosti, pravica do vplivanja na proces sprejemanja političnih odločitev itd. Če gospodarski akterji za vodilo svojega ravnanja sprejmejo npr. idejo trajnostnega razvoja, lahko s pomočjo ideje podjetniškega državljanstva npr. zagovarjajo idejo, da je med svoje državljane potrebno vključiti pripadnike prihodnjih, še nerojenih rodov. Če takšen koncept usvojijo transnacionalna podjetja, katerih deležniki prihajajo iz različnih držav z zelo različno zakonodajo glede spoštovanja človekovih pravic in različnimi normami sprejemljivega poslovnega ravnanja, lahko prispeva k dvigu norm spoštovanja človekovih pravic tam, kjer so te najnižje (McBarnet, 2004; Cragg, 2004).

⁵ *To je stališče Moriartyja. Potem ko pretrese stališča Rawlsa, Phillipsa in Margolisa, ki trdijo, da je uveljavljanje pravičnosti smoter prizadevanj političnih skupnosti, česar ne moremo trditi za podjetja, svoje stališče povzame takole: »Rawls, Phillips in Margolis zanikajo, da bi načela pravičnosti za države lahko razširili na podjetja, saj naj bi države in podjetja bila v temeljih različna združenja. Na to sem odgovoril s trditvijo, da so razlike, ki jih navajajo, bodisi neobstoječe (npr. glede ciljev in prispevkov) bodisi pretirane (glede prostovoljnosti).« (Moriarty, 2005: 462).*

Delničarski model

Toda razmah pristopa deležniškega kapitalizma mora opraviti s tekme-
cem, ki mu ponuja več kot le dostojen odpor. Deležniški modeli poslovne
etike so nastajali, ker se je nekaterim to zdel privlačen pristop, ki odgovarja
na nove etične izzive, kakršna sta okoljski in globalizacijski. Toda na dlani je,
da so odgovori, ki jih ponuja, posledica dvigovanja letvice etične sprejemlji-
vosti, dvigovanje te letvice pa pomeni tudi dvigovanje stroškovne letvice
oziroma zmanjševanje stroškovne učinkovitosti, in s tem konkurenčnosti
podjetja, ki na to pristaja. Deležniška poslovna etika pri tem ni dala docela
zadovoljivega odgovora na vprašanje, zakaj naj bi lastnik oziroma upravitelj
kapitala moral sprejeti njene moralne zahteve in se ne zadovoljiti zgolj z
spoštovanjem zakonov, ki tega (še) ne zahtevajo.

To vprašanje je tem bolj resno, ker za lastnika vprašanje sprejetja izho-
dišč deležniške poslovne etike ne pomeni izbire, ki nima alternative, ampak
izbiro, ki stoji nasproti drugi, ekonomsko manj dragi izbiri, saj je zanj
mogoče trditi, da v etično konsistentno teorijo prevede običajno razmišlja-
nje lastnikov kapitala in menedžerjev. Čeprav ta smer razmišljanj v poslovni
etiki ne tvori tako jasno prepoznavne in teoretsko razčlenjene tradicije, se
je zanj vseeno uveljavilo poenotujoče ime delničarska etika (*shareholder
ethics*), ki omogoča njeno jasno zoperstavljanje deležniški etiki.

Najbolj znamenito in tudi teoretsko še vedno aktualno verzijo zagovora
delničarske etike je ponudil Milton Friedman, sloviti ekonomist čikaške
šole, ko je v članku, ki je izšel v *New York Timesu* leta 1970, zapisal, da je
»družbena odgovornost podjetja maksimiranje njegovega dobička« (Fried-
man, 1992a). Izjava nikakor ni mišljena cinično, kakor bi danes kdo morda
lahko sklepal, ampak povsem resno. Če vprašamo po tem, kakšne račune
morajo podjetja polagati širši družbi in kakšna upravičena pričakovanja
lahko družbeno okolje goji do podjetniških ravnanj, s Friedmanom ugo-
tovimo, da morajo podjetniki početi natanko to, kar jih večina med njimi
počne tudi, če si tega vprašanja ne zastavi.

Stališče je ostro, vendar zasluži resno obravnavo, ki mu je tisti, za katere
je preprosto nezadostno ali nesprejemljivo, ne namenijo. Kritika tega Fri-
edmanovega stališča, ki trdi, da njegov odgovor preprosto izniči etično
razsežnost gospodarskega delovanja, saj jo zvede na zahtevo po maksi-
miranju profita, kar naj bi bil ekonomski, ne pa etični kriterij uspešnosti,
gre po mojem prepričanju predaleč.⁶ Morda je podlaga za takšno sodbo
lahko prezrtje tega, da Friedman ni imel v mislih podjetja, ki bi ga upravljal

⁶ Čeprav Grantov članek *Friedman Fallacies ni primer površne obravnave, je njegova teza o Friedmanovi »marginalizaciji etike«* vseeno izraz prevelike nenaklonjenosti Friedmanovemu restriktivnemu pojmovanju moralnih dolžnosti članov uprave podjetja (Grant, 1991: 909).

neposredno njegov lastnik, ampak moderno delniško družbo, v kateri so lastniki podjetja ločeni od njegovih upravljalcev. Z ugotovitvijo, da tvorijo upravljalci in lastniki dve različni skupini oseb, se za neresničen izkaže očitok tistih, ki Friedmanov libertarizem in njegovo zavračanje načela socialne pravičnosti razširijo kar v trditev, da njegovo stališče sploh ne doseže etične razsežnosti, ker naj bi se pri njem etični imperativ povsem stopil s prizadevanjem za lastno korist.

Ko gre za delniško družbo, Friedman meni, da ne moremo govoriti o njeni moralni odgovornosti, saj ni moralna oseba, zato je ne more imeti. Lahko govorimo le o moralni odgovornosti posameznika, in ne o kolektivni; med posamezniki nosi daleč največjo moralno odgovornost predsednik uprave podjetja, ki je uslužbenec lastnikov in »je neposredno odgovoren do svojih delodajalcev. Ta odgovornost zadeva vodenje podjetja v skladu z njihovimi željami, ki po navadi pomenijo ustvariti kolikor je mogoče veliko denarja ob spoštovanju temeljnih pravil, ki veljajo v družbi, tako tistih vsebovanih v pravu, kakor onih, ki jih vsebuje moralni običaj« (Friedman, 1992a: 73). S tem Friedman po lastnem prepričanju zavrne idejo, da imajo predsedniki in člani uprav podjetij kakršno koli odgovornost do družbe.

Očitek o Friedmanovi amoralnosti je prenapet vsaj iz dveh razlogov: prvič, Friedman zahteva delovanje v skladu s »temeljnimi pravili«, ki so vsebovana tako v pozitivnem pravu, kakor tudi v moralnih navadah družbe; in, drugič, ker pravilo »maksimirati dobiček« razume kot maksimiranje koristi lastnikov podjetja. S tem Friedman dejansko vpelje razloček med dvema skupinama ljudi: na eni strani skupino članov uprave podjetja in njenim predsednikom na čelu, tj. skupino akterjev dejanj, katerih moralnost je predmet presoje, in na drugi strani skupino lastnikov, ki so deležni koristi dejanj te skupine ljudi. Res je, da se v mejnem primeru ti dve skupini lahko povsem prekrivata, vendar je povsem jasno, da se v dejanskem življenju skoraj vedno močno razlikujeta in so med njima skoraj vselej kvečjemu le bolj ali manj obsežni preseki. Neujemanje skupine vodilnih delavcev v podjetju in skupine lastnikov podjetja ter pogodbeno razmerje, ki obe skupini povezuje – poleg spoštovanja temeljnih pravil – opredeljuje Friedmanov odgovor kot etičen, saj menedžerju ponujata zavezujoč razlog za omejitev svoje koristoljubne naravnosti, kadar je ta v konfliktu z zavezo. Domnevamo namreč lahko, da daje pogodba ali tudi le ustni dogovor z lastniki podjetja v skladu s spoštovanjem »temeljnih pravil« zavezujoč razlog za njeno spoštovanje.

Omenjeni razmislek velja za veliko večino etičnih stališč, ki se strinjajo v tem, da se etika ukvarja predvsem zagotavljanjem pravičnega obsega moralne skrbi za neakterje dejanj pri akterjih dejanj. Toda to, kar neko stališče navsezadnje opredeli kot etično, je pripravljenost njegovega akterja, da postane njegov zagovornik pred celotnim moralnim občestvom, tj. pred

vsakim, ki se mu to stališče zdi kakorkoli vprašljivo in si od njega želi izvedeti o razlogih zanj. Vsakdo, ki zase želi status moralne osebe, se mora biti pripravljen spustiti v razpravo o upravičenju (Singer, 2008: 21; Pribac, 2012: 148). Če sprejmemo to opredelitev etičnosti, se nam kot etično lahko pokaže tudi stališče, ki v svoje središče ne postavlja skrbi za drugega. Takšno stališče etično sprejemljivega ravnanja ne postulira dileme med maksimiranjem osebnih koristi akterja in tem, kar je prav narediti. To stališče je etični egoizem.

Etični egoizem v osnovi trdi, da je neko dejanje moralno sprejemljivo, če uresničuje interese akterja bolj kot alternativno dejanje, ki je za istega akterja enako dostopno kot prvo. Prav je in torej moramo storiti to, nam pravi teorija etičnega egoizma, kar je najbolj skladno z našimi interesi. Čeprav se na prvi pogled zdi, da med obema teorijama ni nobene razlike, etičnega egoizma ne smemo zamenjevati s psihološkim egoizmom, ki pravi, da ljudje vselej ravnaajo v skladu s svojimi interesi. Etični egoizem namreč opisuje etični ideal in določa kriterije dejanj, za katere predpostavlja, da so odvisna od naših predhodnih odločitev, psihološki pa opisuje vzgib, v katerem domnevno koreninijo vsa naša dejanja. Čeprav je videti, da sta obe teoriji medsebojno skladni in da psihološki egoizem podpira etičnega, je res obratno: veljavnost psihološkega egoizma bi teorijo etičnega egoizma naredila za nesmiselno, saj bi njegovo moralno načelo ne bilo le brez alternativ, temveč bi bilo tudi takšno, da bi se mu po predpostavki ne mogli upreti, s čimer bi zanikali našo svobodo moralnega odločanja in s tem, možnost, da bi bili moralna bitja (Baier).

Teorija etičnega egoizma postane karikaturna, če sprejmemo kriterij, da bi moralo biti maksimiranje koristi cilj vsakega posameznega dejanja, ki ga storimo. Smiselna postane šele, ko maksimiranje koristi razglasimo za dolgoročen cilj, ki vključuje veliko število posameznih dejanj, razmeščenih v času, med katerimi mnoga lahko prinašajo taktične žrtve, ki pa prispevajo k dosegu končnega smotra.

Tako opredeljen etični egoizem ne more biti skladen s spoštovanjem nobenega moralnega pravila, čeprav se zdi, da so nekatera moralna pravila naravnana na maksimiranje dolgoročnih koristi akterjev. Načelo »Spoštuj dogovore«, zelo pogosto vodilo v poslovnem svetu trajnih partnerstev, vseeno ni nujno vselej skladno z maksimiranjem koristi akterja, saj nalaga spoštovanje obveznosti ne glede na njihove posledice za akterje in prinaša omejitve, ki niso nujno skladne s pričakovanim maksimiranjem koristi.

Ker se etični egoizem ne sklicuje na nobeno moralno pravilo, ga je mogoče razumeti tudi kot teorijo, ki dovoljuje kršitve vseh moralnih in tudi pravnih pravil. Izpust onesnažujočih industrijskih odpadkov ali trženje zdravju nevarnega izdelka, ki ni deklariran kot takšen, je tako v določenih okoliščinah lahko dejanje, ki ga etični egoizem ne le dopušča, ampak celo zahteva.

Takšna zahteva, ki navsezadnje dopušča uporabo vseh sredstev za doseg ciljev, tudi laži in prevare, in ki tudi na videz altruistično dejanje razčleni v egoistično, se izpostavlja očitku, da ne preстане osnovnega preizkusa etičnosti, kot jo razumejo zastopniki najrazličnejših smeri moralne filozofije. Ne glede na njihove medsebojne razlike se bodo ti namreč strinjali, da je stališče tako opredeljenega etičnega egoizma onkraj meja dopustnega. Minimalna moralna zahteva, ki mora po njihovem mnenju odlikovati vsako moralno teorijo, je nepristranskost moralnega akterja, tj. zahteva, naj v enakih okoliščinah ravna enako, ne glede na to, za koga gre (Baier: 201–202). Ker etični egoizem te zahteve ne sprejema, ne more biti deklarirana podlaga za razvijanje poslovnih vezi. Akterja, ki za osnovo svojega delovanja priznava etični egoizem, lahko sodelujeta le, dokler ne pride do resnejšega konflikta interesov med njima, saj etični egoizem ne ponuja možnosti njegove načelne razrešitve, ki bi jo obe strani priznavali kot moralno sprejemljivo.

Če ima teorija etičnega egoizma, kot smo ga opredelili, usodne pomanjkljivosti, na katere ni težko pokazati, pa je to težje trditi za teorijo, ki kot etični imperativ načeloma ohranja maksimiranje lastnih koristi, vendar odpravi najbolj neposredne vzroke pomanjkljivosti doslej predstavljene teorije: dopuščanje kršenja pravnega reda in osnovnih moralnih pravil, ki veljajo med poslovnimi partnerji. To teorijo, ki omejuje moralno dopustna prizadevanja posameznika, da bi maksimiral svoje koristi, imenujemo teorijo omejenega etičnega egoizma. Če se z omejenim etičnim egoizmom strinjamo, sprejmemo pravne in tudi temeljne neformalne, moralne omejitve, ki veljajo na določenem področju, kar ta nauk naredi za družbeno sprejemljiv. Odgovori, zakaj sprejeti pravne in nekatere moralne omejitve, se sicer lahko razlikujejo, vendar najpogosteje odločilno mesto zavzema tako ali drugače sestavljena ideja pravičnosti in učinkovitosti tržne alokacije dobrin, Smithova nevidna roka. Omejeni etični egoizem, dopolnjen z argumentom trga kot najboljšim načina maksimiranja moralno pozitivnih učinkov na družbo, je verjetno najprimernejša označitev etičnega aspekta Friedmanovega stališča.⁷ Ker omejeni etični egoizem s priznavanjem prava in morale vzpostavlja izhodišče za nepristranske presoje, ki omogočajo razreševanje sporov in dajejo trdnejšo podlago za nastanek trajnih partnerskih odnosov, in ker s tezo o prostem trgu in konkurenci kot mehanizmu maksimiranja družbenih koristi ponuja privlačne trditve za svoje sprejetje.

Toda, če smo Friedmanovim kritikom s tem izbili z rok poskus etične diskvalifikacije njegovega stališča, to pomeni, da se to stališče uvršča v skupino

⁷ *Druga možnost, ki je sicer ne bomo razvijali, je kontraktualistično sklicevanje na pogodbeno razmerje. Težava te interpretacije je v Friedmanovem priznavanju pravnih in še zlasti moralnih temeljnih pravil, za katere bi težko dokazovali, da so pogodbenega nastanka v enakem pomenu, v kakršnem je pogodba med delodajalcem in delojemalcem. A kakorkoli že, tudi ta interpretacija Friedmanu ne odreka etičnega aspekta njegovega stališča (Anquetil: 88–89).*

tistih, s katerimi je treba odpreti razpravo, nikakor pa, da je sprejemljivo. Daleč od tega: kritikom ostane v rokah še marsikateri argument za dokazovanje njegove nezadostnosti. Naj za konec le nakažemo dve možnosti: lahko se vprašamo, ali je trg res najboljši način distribucije dobrin in sredstvo uveljavljanja skupnega dobrega, poleg tega pa se je mogoče vprašati še o bolj temeljnem vprašanju. Friedman priznava zavezo menedžerjev do lastnikov in do temeljnih pravil družbe, med katerimi so tudi moralni običaji. Ni povsem jasno, kaj je imel tu v mislih. Nekateri menijo, da le dobre poslovne običaje, ki izkazujejo solidarnost med poslovnimi partnerji, iz kroga katerih so lahko izključeni končni uporabniki in lokalna skupnost, se pravi tiste skupine, ki jih tudi na moralni ravni, in ne le na pravni kakor Friedman, upošteva deležniški model.

Za konec še ugotovitev o Friedmanovi antipodnosti tezi o podjetniškem državljanstvu. Videli smo, kako se stališče, ki priznava družbeno odgovornost podjetnikov, steka v tezo o podjetniškem državljanstvu. Friedman je svoje zanikanje vsakršne družbene odgovornosti menedžerjev gradil izrecno prav na razčlenjenem dokazovanju različnosti narav politične skupnosti in podjetja (Friedman, 1992a: 74–75).

LITERATURA

- Anquetil, Alain (2008): *Que'est-ce que l'ethique des affaires?* Pariz: Vrin.
- Baier, Kurt (1991): *Egoism*. V: Singer, Peter (ur.) *A Companion to Ethics*, 197–204. Oxford: Blackwell.
- Cragg, Wesley (2004): *Human Rights, Globalisation and the Modern Shareholder Owned Corporation*. V: Campbell, Tom (ur.) in Miller, Seumas (ur.), *Human Rights and the Moral Responsibilities of Corporate and Public Sector Organisations*, 105–127, Dordrecht: Kluwer Academic Publishers.
- De George, Richard T.: *A History of Business Ethics*, Markkula Center for Applied Ethics, (<http://www.scu.edu/ethics/practicing/focusareas/business/conference/presentations/business-ethics-history.html>)
- Dioguardi, Gianfranco (2007): *Le imprese rete*. Torino: Bollati Boringhieri.
- Duska, Ronald (2007): *Contemporary Reflections on Business Ethics*. Dordrecht: Springer.
- Freeman, R. Edward (1984): *Strategic Management. A Stakeholder Approach*. London: Pitman Publishing Inc.
- Freeman, R. Edward in dr. (2010): *Stakeholder Theory. A State of the Art*, Darnbridge UP.
- Freeman, R. Edward in drugi (2008): *Le capitalisme des parties prenants*. V: Anquetil, Alain *Que'est-ce que l'ethique des affaires?*, 103–108. Pariz: Vrin.
- Friedman, Milton (1992a): *The Social Responsibility of Business Is to Increase Its Profits*. V: Snoyenbos, Milton in dr. *Business Ethics*, 72–77. New York: Prometheus Books.
- Friedman, Milton (1992b): *Milton Friedman Responds*. V: Snoyenbos, Milton in dr. *Business Ethics*, 78–81. New York: Prometheus Books.

- Grant, Colin (1991): Friedman Fallacies, *Journal of Business Ethics*, 10 (12), 907–914.*
- Harrison, Mike (2005): *An Introduction to Business and Management Ethics*. New York: Palgrave Macmillan.
- Kymlicka, Will (2005): *Sodobna politična filozofija. Uvod*. Ljubljana: Založba Krtina.
- Marcoux, Alexei (2008): *Business Ethics*, Stanford University (<http://plato.stanford.edu/entries/ethics-business/>)
- Matten, Dirk in Andrew Crane (2003): *Corporate Citizenship: Towards an extended theoretical conceptualization*, Research Paper Series no. 4. (<http://195.130.87.21:8080/dspace/bitstream/123456789/1087/1/04-Corporate%20Citizenship%20Towards%20an%20extended%20theoretical%20conceptualization.PDF>)
- Mayer, Don (2001): *Community, Business Ethics, and Global Capitalism*, *American Business Law Journal*, 38 (215) (<http://web.lexis-nexis.com.proxy.lib.utk.edu:90/universe/printdoc>)
- McBarnet, Doreen (2004): *Human Rights, Corporate Responsibility and the New Accountability*. V: Campbell, Tom (ur.) in Miller, Seumas (ur.) *Human Rights and the Moral Responsibilities of Corporate and Public Sector Organisations*, 63–80. Dordrecht: Kluwer Academic Publishers.
- Moriarty, Jeffrey (2005): *On the relevance of Political Philosophy to Business Ethics*, *Business Ethics Quarterly*, 15(3), 455–473.
- Muchlinski, Peter (2004): *International Business Regulative: An Ethical Discourse in the Making?* V: Campbell, Tom (ur.) in Miller, Seumas (ur.) *Human Rights and the Moral Responsibilities of Corporate and Public Sector Organisations*, 81–104. Dordrecht: Kluwer Academic Publishers.
- Pribac, Igor (2012): *Javna etika*. V: Kečanović, Bečir (ur.) *Javna etika in integriteta: Odgovornost za skupne vrednote*, 141–150. Ljubljana: Komisija za preprečevanje korupcije.
- Rawls, John (2011): *Pravičnost kot poštenost. Reformulacija*. Ljubljana: Založba Krtina.
- Singer, Peter (2008): *Praktična etika*. Ljubljana: Založba Krtina.
- Snoyenbos, Milton in dr. (1992): *Introduction*. V: *Business Ethics*, 13–38. New York: Prometheus Books.