

Esko Muratović
Gimnazija „Stojan Cerović“, Nikšić
Crna Gora

O MORALNOM NORMATIVITETU DI DŽORDŽOVE ETIKE MEĐUNARODNOG POSLOVANJA

MORAL NORMATIVITY OF DE GEORGE'S INTERNATIONAL BUSINESS ETHICS

ABSTRACT People are guided in their behaviour by some ethical standards which are taken as a specific individual system of a personality as well as a specific group of social standards related to human behaviour. So, the topic of this analysis is applicability of ethical standards in multinational corporations decision – making, behaviour and dealing, according to De George's business ethics conception.

Business ethics is based on the standards which can be found in certain values and ethical themes and matters are directed towards universal morality standards and rules of business behaviour determination.

Key words: ethical standards, business ethics, Richard T. De Georges, multinational corporations.

APSTRAKT Moralne norme, kojim se ljudi rukovode u svojim postupcima, shvatamo kao poseban individualni sistem jedne ličnosti, ali i specifičan skup društvenih normi koje se odnose na ljudsko ponašanje. Pa je i predmet analize ovog rada primjenjivost moralnih normi na odlučivanje, postupanje i djelovanje multinacionalnih korporacija u okviru Di Džordžove koncepcije poslovne etike.

Poslovni moral temelji se na normama koje su oslonjene na određene vrijednosti, a etičke teme i pitanja su usmjereni ka određenju univerzalnih normi moralnosti i pravila poslovnog ponašanja.

Ključne riječi: moralne norme, Ričard T. Di Džordž, poslovna etika, multinacionalne korporacije.

Savremeni etičar Ričard T. Di Džordž¹ daje značajan doprinos rasvjetljavanju pitanja koncipiranja jedne etike za međunarodno poslovanje povodom

¹ Di Džordž, Ričard T.: *Poslovna etika*, Filip Višnjić, Beograd, 2003, str. 29. Početkom sedamdesetih godina u Americi postaje sve prisutniji uspon pokreta za etiku biznisa i pored toga što je u vremenu prije 1960. bilo rasprava o moralnom biznisu (pravo radnika na pravičnu zaradu i humane uslove rad, poštenje u trgovinskim sankcijama i sl.); o nastanku pojma „poslovna etika“ Di Džordž kaže: „Sam termin 'poslovna etika' oblikovan je prema izrazu medicinska etika koji su negdje deceniju ranije usvojili ljudi zainteresovani za etičke probleme u medicini. Mit o amoralnom biznisu bio je još uvek jak, i mnogi su sam pojam poslovne etike smatrali za terminološku protivurečnost; tečajevi u ovoj oblasti su se postepeno osnivali, udžbenici su pisani, osnivanja su profesionalna društva i časopisi, odgovarajući predmet ustanovljen je na koledžima i univerzitetima..., i pojedinačne kompanije preduzele su prve probne korake u smeru uvođenja korporacijskih etičkih kodeksa, osnivanja unutrašnjih etičkih programa, povećanja osetljivosti na neetičko ponašanje.“

čega se otvara niz vrijednosno-moralnih dilema koje traže odgovore, pa se osim teorijske aktuelnosti datih pitanja uočava i njihova visoko društveno-praktička važnost. Poslovna etika kao dio primijenjene etike mogla bi se opisati i kao *primjena etičkih vrijednosti na poslovno ponašanje* (Muratović, 2012: 8). Ni u jednoj grani primijenjene etike kao u poslovnoj etici se ne prepoznaje i otkriva istinska mogućnost ukazivanja na prave temelje odgovornosti koji su uvijek prisutni u činu iz kojeg će proizići pitanje koje ga faktički slijedi. Kao jedno od centralnih pitanja koje Di Džordž tretira u svojoj poslovnoj etici je i pitanje društvene odgovornosti multinacionalnih korporacija. Njihov tržišni i privredni status na globalnom nivou, pored ogromne finansijske moći moguće je sagledati u sljedećem: „*uticaj na alokaciju i korišćenje resursa u svjetskim razmjerama, stvaranje novih proizvoda i usluga, podsticanje novih vidova potražnje, kao i razvoj modernije metodologije u okvirima distribucije i proizvodnje*“ (Hodžić, 2006: 234). Shodno tome, pojam društvene odgovornosti, koji se čini najvažnijim pitanjem u vezi njihovog djelovanja, često i razotkriva njihov 'moralni status'. Posljedice djelovanja multinacionalnih korporacija se indirektno, a često i direktno, odražavaju na živote svih nas, ali i budućih generacija, što i te kako treba da budi, inicira i saobražava mnoge moralno-etičke asocijacije. Pa se, s obzirom na to, potvrđuje da primjenjivost moralnih normi na rad multinacionalnih korporacija značajno utiče na pomjeranje standarda, ne samo u okvirima biznisa, već i u odnosu na ekonomske, društveno-političke i kulturne standarde. Analiza moralnih fenomena u okvirima etike poslovanja sve više postaje i novi trend etičkog vrednovanja koji se iznova suočava sa nekim 'modernim' moralnim izazovima. U vremenu kad je naš život izložen suštinskim promjenama koje direktno preoblikuju vrijednosti i nanovo ih grade, nameće se, po prirodi stvari, da etička teorija uzimajući u razmatranje kauzalitet tog fakticiteta, treba zahvatiti suštinu date problematike, (po)stavljajući je iznova u kontekst moralnog normativiteta².

Moralni fenomen pod kojim podrazumijevamo sistem normi³ ili pravila ponašanja u stvari predstavlja skup običaja, navika, principa i pravila kojim se ljudi rukovode u svojim postupcima. Moralnu normu, stoga, shvatamo kao poseban individualni sistem jedne ličnosti koji ima svoje zakonitosti nastanka, razvoja i usvajanja. Treba reći i to da moralne norme predstavljaju specifičan skup društvenih normi koje se odnose na ljudsko ponašanje. To je skup

² Pored toga što u filozofsko-etičkoj i drugoj terminologiji nije utemeljen termin 'moralni normativitet', autor ovog teksta daje sebi slobodu ustanovljenja istog kao važećeg, pod kojim (pod)razumijeva ukupnost nepisanih pravila – moralnih normi koje se odnose na ljudsko ponašanje i koje karakterišu *obaveznost, dejstvenost, odgovornost i samostalnost*.

³ Treba znati da se norme pojavljuju kao propisi, običaji, maksime, principi, uputi, zakoni, pravila igre, ponašanja, religijska i politička shvatanja (dogme), zapovjedi, naučni zakoni itd., ali ne obuhvataju *moralne motive* niti drže mnogo do *moralnih obzira* upravo neophodnih za odmjerenje moralnosti. Potrebno je praviti razliku i između *apstraktnih i konkretnih normi*. *Apstraktne norme su prisutne u svim društvenim situacijama, mada ne propisuju ništa konkretno* ("Budi uvijek pošten", „Budi uvijek moralan“ i slično); *konkretno norme ukazuju na konkretnu dužnost* ("Poštuj svoje roditelje" ili „Pomozi bližnjem u nevolji“ ili „Vrati pozajmljeni novac“).

zapovjednih, obaveznih normi čija su odličja *dejstvenost i samostalnost*. U okvirima društvenih i drugih uslovljenosti javljaju se moralne potrebe iz kojih izrastaju i nastaju moralne norme. Ukoliko postoji običajna, vjerska, pravna ili neka druga vrsta norme ona se postupno pretvara u moralnu normu. Normativna etika u središte svoje problematike postavlja pitanje o moralnoj ispravnosti činjenja, o tome kako sa stanovišta moralne korektnosti postupiti. Stoga i predmet poslovne etike sublimira pravila ponašanja u svim poslovnim aktivnostima usmjerenim ka biznisu koji je profitabilan i uspješan. Same norme se temelje na vrijednostima koje proističu iz etičkih principa čiji se sadržaj iskazuje sudovima o dobrom i lošem; uspješnom i neuspješnom poslovanju. *Kao krajnji cilj etičkih normi stoji obaveza za sve učesnike u ukupnim poslovnim procesima da se etički odlučuje, postupa i djeluje.*

Poslovna etika je *normativna*, jer pored proučavanja poslovnog morala kao društvene pojave u čijoj osnovi leže ljudske želje, interesi i težnje, konstruše skup normi za regulisanje postupanja u domenu biznisa. Ona za svoj predmet istraživanja ima moralni organizacioni svijet i svijet organizacije poslovnog morala s obzirom na činjenice kojim se bavi ima i svoje vrijednosno značenje pa se i normativitet poslovne etike oslanja na vrijednosti koje su zasnovane na temeljima etičkih principa. Iz takvog normativnog utemeljenja nastaju etički i radni kodeksi poslovnog ponašanja. Njihov sadržaj daje iskaze o dobrom i lošem poslovnom ponašanju kao preduslovu za (ne)uspješno profitabilno poslovanje. Kroz (pro)pisane oblike ponašanja poslovna etika u formi etičkih kodeksa određuje data pravila poslovnog ponašanja.⁴ Shodno tome, poslovna etika je i data okvirno da bi ukazala na pravila moralnog postupka i djelovanja ličnosti. Pojedinaac koji djela unutar nekog moralnog sistema i koji se nalazi u određenoj poslovno-moralnoj situaciji (iz)nalazi najpravednija rješenja koja s jedne strane, ne mogu odudarati od ličnih moralnih stavova, a s druge strane mora tražiti druga rješenja, iz prostog razloga, što često mnogi poslovni odnosi nijesu ustanovljeni zakonskom ni drugom pravnom regulativom. U SAD dvovrnsna je argumentacija koja propovijeda da etici nema mjesta u internacionalnom biznisu: prvi argument je da se moralna shvatanja u raznim zemljama međusobno razlikuju pa se iz tih razloga ne može govoriti o univerzalnom moralu; a drugi se odnosi na praksu u kojoj korporacije nekih zemalja ne slijede nikakva moralna pravila. Ričard Di Džordž se suprotstavio ovakvim stavovima tvrdeći da se mogu ustanoviti univerzalna moralna pravila koja će važiti za sve zemlje svijeta. On navodi pet osnovnih moralnih normi:

1. Moralni minimum – da se ne nanosi namjerno neposredno zlo, taj minimum moraju svi da ispoštuju;

⁴ Treba praviti razliku između etičkih kodeksa i etičkih pravila u okvirima poslovne djelatnosti: etičkim kodeksima se uspostavlja viši moralni nivo u organizaciji, definišu se vrijednosti i na njima zasnovana ponašanja (podložni su promjenama); etička pravila obuhvataju zahtjeve da se ponaša na određeni način, ona se ne odnose samo na očekivanja, prijedloge ili molbe, ona imaju i određene prinude.

2. Multinacionalne kompanije u manje razvijenim zemljama moraju imati u vidu nesumnjive razlike između zemlje koja izvozi i zemlje koja uvozi;
3. Poštovanje ljudskih prava radnika u zemlji domaćinu;
4. Unapređenje i razvoj pravednih pozadinskih institucija unutar zemlje kao i na internacionalnom nivou;
5. Zahtjev za multinacionalne korporacije da poštuju zakone zemlje domaćina, njenu kulturu i lokalne vrijednosti.

Ono što u okviru normativnog polazišta treba najprije istaći kao načelni ukaz (Jakovljević, 2002: I–XVIII) jeste to da *normativna etika u središte svojih razmatranja stavlja pitanje o (moralnoj) ispravnosti postupanja*, o tome šta treba sa stanovišta moralne korektnosti *činiti*. Ona obuhvata: (a) koncepcije etičkih propisa i dužnosti iz kojih nastaju teorije o ispravnom postupanju (poput Kantove etike kategoričkog imperativa), kao i (b) etiku vrijednosti i koncepciju o dobrom, svojevrsnu etičku aksiologiju, teoriju moralnog dobra (poput eudajmonizma) (Jakovljević, 2002: II). U odnosu na ovako date uvide u *eksplicitno normativno značenje* etičkih sudova i *implicitni normativni smisao* moralnih radnji biće nam i jasnije zašto moralno–etički utemeljene vrijednosti prožimaju sve relacije i postupke moralne ličnosti, ne samo zbog toga što u odnosu na „biti“ ističe „treba“, već i zbog toga što se u moralno–etičkoj problematici primjenom etičkih normi iznova potvrđuju te iste vrijednosti, kao što se stvaraju i nove.⁵ Ako se za moral može reći da se sastoji od pravila ljudskog ponašanja, onda je njegova svrha da se tačno određuje koji su postupci pogrešni ili nemoralni, a koji ispravni ili moralni. Poslovanje, poput većine drugih društvenih djelatnosti, pretpostavlja postojanje moralne pozadine i bez nje bi bio nemoguć. U većini slučajeva ova očekivanja se ispunjavaju kad bi se svi uključeni u biznis – kupci, prodavci, proizvođači, uprava, radnici i potrošači ponašali nemoralno, biznis kao djelatnost bi bio ugašen. Samo naspram pozadine morala nemoral može ne samo da postoji, već i da bude probitačan. Pa se apriorno moralno rasuđivanje treba izdići iznad samorazumljivog racionalnog stava koji ne može uvijek pretpostaviti oprečnosti između morala i poslovanja.

Poslovni moral temelji se na normama⁶ koje su oslonjene na određene vrijednosti. Normativno polazište kod Di Džordža upravo nastoji razjasniti na čemu se, u stvari, temelje osnovni profesionalni i etički kodeksi poslovnog ponašanja. Norme poslovne etike fundirane su u vrijednostima zasnovanim na osnovnim etičkim principima. Poznata krilatica kaže da je „biznis biznisa biznis“. Različito se shvata i doživljava značenje „životne neprikosновенosti“ biznisa u različitim podnebljima. U Japanu, na primjer, posao velikih korpo-

⁵ Ovdje se mora istaći da se u tradicionalnom smislu, ali i uopšte, naglasak stavlja ne samo na normativnu funkciju etike, već se redovno nastojalo da se normativni dio oslanja na analitički i eksplikativni.

⁶ Norme, načela ili pravila uvijek podrazumijevaju *regulisanje međuljudskih odnosa* i to kako odnosa između ljudi tako i odnosa pojedinaca prema društvu (kompaniji, preduzeću, sredini i sl.).

racija nije samo da proizvode robu već i da se staraju za namještenike firme, zapravo da im se garantuje doživotno zaposlenje. U Sjedinjenim Državama prilično je jednostavna uloga koja se prvobitno dodjeljivala biznisu. Zakoni su počeli regulisati uslove rada, štititi djecu, spriječavati monopolističku praksu i čuvati okruženje. Međutim, ograničenja i zahtjeve koje društvo nameće biznisu često su moralne prirode. Sam biznis može da zanemaruje moralne zahtjeve pojedinca, ali teško da može preći preko moralnih zahtjeva cijelog društva, jednostavno što je i on dio društva kojem iako služi, od njega zavisi. Šta je suština posla – po sebi jeste, zapravo, jedno moralno određenje koje društvo izriče i primjenjuje. Zavisno od toga u kojoj je mjeri biznis i njegov uticaj prisutan u društvu, u kojoj je sam dio društva, on prije svega određuje i ograničava artikulisanje (za)datog sopstvenog polja djelovanja. Činjenica da se kradom čini nepravda može se dovesti u vezu s priznatom vrijednošću zvanom zadovoljstvo i potrebom da se na taj način pribavi takvo zadovoljstvo. Međutim, to se pokazuje kao kršenje društvene norme i moralne zabrane s jedne strane, i neuvažavanje dostojanstva ličnosti, s druge strane. Shodno tome, svako moralno uvjerenje, često, biva uslovljeno, u novim okolnostima, zahtjevima i drugačijim relacijama, stavlja pod znak pitanja svoju opstojnost, bez obzira na svoja ranija značenja. Ma koliko saobražavao važećim društvenim konvencijama za neko društvo, regulišući i društvene odnose, može se reći da je moral po svojoj prirodi u skrivenom sukobu s njima. Debata o moralu i biznisu u društvu je jedna bitna poluga i osnova da se o pitanjima raspravlja i da se ista razjasne ne bi li ta debata pokrenula savjest na različitim nivoima odlučivanja u cilju pravovremenog i efikasnog djelovanja. Etičko ponašanje, odlučivanje i upravljanje sublimira u sebe veliku dobit za one koji upravljaju – lideri i menadžeri. Biznis kao složena mreža međuljudskih odnosa, ne samo da otkriva mogućnosti afirmacije sposobnosti učesnika u njemu, već usvajajući principe i pravila poslovnog morala koji, ne pristajući na osrednja rješenja, sve više pobuđuje šire interesovanje javnosti. Postepeno, poslovna etika dobija sve više na značaju. Endru Stark (Andrew Stark) je u Harvardskoj poslovnoj reviji, u majskom broju iz 1998. godine, iznio podatak da skoro devedeset procenata nacionalnih Američkih poslovnih škola organizuju neku vrstu edukacije iz ove oblasti, da postoji preko pet stotina poslovno-etičkih kurseva na temu poslovne etike; da je posljednjih decenija prošlog vijeka izdato dvadeset pet knjiga iz ove oblasti (sada je taj broj mnogo veći); da postoje tri naučna časopisa posvećena ovoj temi; da ima najmanje šesnaest poslovno-etičkih istraživačkih centara i da tri četvrtine velikih američkih korporacija pokušava da etičke principe ugrade u svoje kompanije.⁷ Nije teško uočiti da se upravo u odnosu na takav društveno-ekonomski milje dolazi do uvida da se moralnost, u stvari (treba) odigrava(ti) u sadašnjosti, što proističe iz praktičke prirode morala i da je to *novi koncept*

⁷ Ovdje treba istaći i praksu usvajanja zakona koji se tiču neetičkog ponašanja, naime, u 2002. u SAD je donešen zakon „Skup Etičkih Pravila za Senior Finansijske Menadžere“, koji je sadržao jasno određen skup pravila o tome šta se podrazumijeva pod neetičkim poslovnim ponašanjem.

poslovnog morala, koji već sa prvim stranicama svoje obimne studije nagovještava Di Džordž. On se saživljen sa civilizacijskim promjenama kojim se prilagođava, *treba istinski zasnovati nepoštovanju prava i interesa drugih kao i u ostvarivanju širih društvenih interesa*. Ta praktička priroda moralnosti učinila je da njeno ispoljavanje često pretpostavlja i nalikuje isticanju ekonomske, reklamne, pa i političke glasovitosti. Etičke teme i pitanja koji (ne)proizilaze iz datih odgovora se često javljaju u poslovanju prevazilazeći teme o mitu, korupciji, krađi, prevari, zalazeći u domene društvene odgovornosti korporacija, upravljanje korporacijama, tržišnu politiku, odlučivanje o značajnim ulaganjima. Sve to nam ukazuje na potrebu za određenjem *univerzalnih normi moralnosti i pravila poslovnog ponašanja*, takvih moralnih normi i etičkih pravila koje će, prvo sve učesnike i sudionike u poslovanju, kao i zemlje i organizacije obavezivati da se po njima upravljaju. Iako su često naše odluke zamagljene nedosljednostima, moralnim dilemama i antinomijama noseći u sebi različita očekivanja; ipak se može reći da *teorijski diskurs poslovne etike anticipira razvoj nove etičke svijesti današnjice*.

U okviru pitanja vezanih za normativni etički relativizam Di Džordž kaže: „Normativni etički relativizam tvrdi da, kad ma koje dvije kulture imaju različito moralno viđenje iste radnje, i obje kulture i obje osobe mogu biti u pravu“ (Di Džordž, 2003: 53). To se prvenstveno odnosi na poslovanje u inostranstvu – ako se posluje u drugoj kulturi, pitanje je da li tada treba prihvatiti običaje te kulture? Ni jedan od dva, moguće sukobljena moralna stava nije ni ispravan ni pogrešan, zato što moralni sudovi, tvrdi Di Džordž, nijesu ispravni ni pogrešni – oni su prosto izrazi mišljenja ili osjećanja.⁸ Prema shvatanju normativnog etičkog relativizma, u svakom društvu, biti moralan znači biti „društveno“ potvrđen, što će reći da ne postoje dva društva koja se mogu razići oko moralnosti neke radnje, iako svako, imajući u obzir kulturne i individualne razlike, pod tim izrazom razumijeva nešto drugo. Ovdje Di Džordž zaključuje: „Činjenica je da moralni sudovi jesu sudovi koji se mogu i moraju braniti, ali i da su dati dokazi ponekad dobri a ponekad manje dobri. Ako smo suočeni s protivurečnim stavovima o jednoj radnji, samo jedan od njih može da bude ispravan. Utvrditi koji je ispravan, to znači vidjeti koji sud najbolje potkrepljuju činjenice i dokazi iznijeti u njegovu odbranu“ (Di Džordž, 2003: 57). Ono po čemu se treba prepoznati zadatak normativne etike, po mišljenju Di Džordža je moguće otkriti u sledećem:

- u pokušaju da se u povezanu cjelinu uklope različite norme, pravila i vrijednosti morala datog društva;
- u nastojanju da se otkriju temeljna načela iz kojih se mogu izvesti posebne norme;
- u naporu da se, na raznovrsne načine, obrazloži osnovno načelo moralnosti.

⁸ „Mi nesumnjivo izražavamo svoja moralna osjećanja kada donosimo moralne sudove. Ali ne činimo samo to. Mi i procjenjujemo tu radnju, ne slažemo se s onima koji je procjenjuju drukčije, i tako dalje“ (Di Džordž, 2003: 55).

U međunarodnom poslovanju, smatra Di Džordž, nužno je poštovati i ugovore, što je moralan čin. Zato kao osnovne etičke norme u međunarodnom biznisu on navodi: *istinoljubivost, poštovanje ugovora, poštovanje života i ličnog integriteta u poslovanju* (Di Džordž, 2003: 294). Kao i kod drugih djelatnosti, i kod biznisa podrazumijevamo postojanje moralne pozadine. Kad bi se svi koji su uključeni u poslovanje ponašali nemoralno ili amoralno, poslovna djelatnost bi bila zaustavljena. Tu se postavlja pitanje da li ljudi primjenjuju iste moralne principe u različitim situacijama i pod različitim okolnostima. Di Džordž, u odnosu na drugačija stanovišta nekih teoretičara, zauzima stav da ne postoje nikakvi dokazi da su ljudi nemoralniji u svom poslovnom životu nego u privatnom.

Usvajajući teleološki pristup etici, utilitarizam upravo nalaže da radnje treba procjenjivati prema njihovim posljedicama. To pravilo nam kaže da uvijek treba da unapređujemo preimućstvo dobra nad zlom – neka radnja je ispravna ako proizvodi ili teži da proizvodi najveću mjeru dobra za najveći broj ljudi na koje ta radnja utiče. Navodeći utilitarizam kao jedan od uobičajenih racionalnih načina ponašanja, Di Džordž govori prvo o tome da racionalno vođena kompanija nastoji da uveća svoja dobra (dobiti) a da istovremeno smanjuje troškove. Krajnji obračunski rezultat koji prikazuje dobitak ili gubitak, konačna je vrijednost (ocjena) za koju je biznis tradicionalno pokazivao interesovanje. Ovaj pristup se koristi u mnogim oblicima donošenja odluka, ali i vezano za moralna pitanja koja se odnose na poslovanje. Odbrana utilitarizma kao etičke teorije izričito određuje postupke koje ljudi u moralnom rasuđivanju koriste intuitivno i spontano. Pri svakom tumačenju utilitarizma kada dvije radnje daju podjednaku dobit, tada su, sa moralne tačke gledišta, obje podjednako moralne i možemo biti na strani bilo koje. Ukoliko obje mogućnosti nose više zla nego dobra, tada smo moralno obavezni da biramo onu koja donosi manje štete – između dva zla biramo manje. Polazeći od ovog utilitarističkog načela Di Džordž navodi potrebu analize *utilitarizma čina i utilitarizma pravila*.⁹ Djelovanje multinacionalnih korporacija po principima utilitarizma podrazumijeva da se svaka aktivnost procjenjuje; a moralni sud se donosi u zavisnosti od koristi koje ona donosi (na primjer, povećanje profita), i od efekata koje ona izaziva (na primjer, što manje zagađenje životne okoline). U odnosu na to, kompanije koje donose odluke moraju unaprijed da razmišljaju o posljedicama svojih aktivnosti. Ispravna odluka je ona koja će donijeti više koristi nego štete. Utilitarizam je često korišćena forma donošenja etički ispravnih odluka u poslovanju. Poslovni svijet je u početku bio više naklonjen utilitarizmu, koji je razumljiviji i lakši za primjenu. Međutim, sa sve učestalijim objelodanjivanjem skandala i nemoralnog postupanja, sve prisutnijim pitanjem da li se može poslovati moralno, sve je više onih u svijetu poslovanja koji se pozivaju na dužnost u kantijanskom smislu.

⁹ Utilitarizam čina nas uči da radimo aktivnost koja maksimizuje dobro, a utilitarizam pravila nas tjera da se držimo onog pravila koje će nam donijeti najveću korist. Oba su neraskidivo vezana u ocjeni posljedica – znamo šta je ispravno samo ukoliko se može odrediti šta se eventualno dogodilo.

Uopšteno govoreći, deontološki pristup (deon – stgrč. dužnost) ispostavlja zahtjev da se vrednovanje ispravnog moralnog djelanja vrši nezavisno od njegovih posljedica (radnje su moralno ispravne ili pogrešne).¹⁰ One izdaju zapovjest bez osvrtnja na posljedice, što će reći, kao što uočava Di Džordž, da oblik koji imaju nije posljedičan, već deontološki. Dužnost nam daje uput da se čini ono što je ispravno i izbjegava ono što je pogrešno, bez obzira na konsekvence. Deontološko gledište podrazumijeva moralnu vrijednost, koja na osnovu ispravnog i neispravnog postupanja treba da proishodi iz principa volje po kojem je djelanje učinjeno. Stoga se za postupanje iz dužnosti smatra da je dobro po sebi, dok se svrhovito postupanje (teleološke teorije)¹¹, uzima kao dobro za nešto. Deontolozi, dakle, daju prvenstvo ispravnosti, tj. *dobra po sebi, kao primarnog dobra*. Dok utilitaristi traže oživotvorenje najboljeg rezultata, deontolozi su na liniji (o)čuvanja ljudskih prava i za poštovanje moralnih pravila. Često se najdublji smisao ljudskog života potvrđuje u moralnim istinama upravo kroz sadejstvo prava i morala. Otuda obaveznost iz koje slijede i prijetnja pod sankcijama, ali i moral sa savješću što daje moralno-pravnoj svijesti normativni karakter.¹²

Poslovni djelatnici i akteri poput poslovnih organizacija kao što su multinacionalne korporacije u svom etičkom djelovanju vode se motivacijom, a ne ishodom. To je posebno evidentno poslije izbijanja skandala u odnosu na zajednicu ili životnu okolinu, kada se posredstvom društveno odgovornih inicijativa vrši pritisak na multinacionalne korporacije da mijenjaju postojeću praksu. U tom smislu se naglašava njihova obaveza i dužnost prema društvu i zajednici zemlje domaćina, ali i šire. Deontologija naglašava čovjekovu obavezu da se prema drugima ponaša sa poštovanjem i uvažavanjem dostojanstva i ljudskih prava. Na sličan način, poslovne odluke koje donose kolektivni subjekti kao što su multinacionalne korporacije zasnovane su, s jedne strane, na etičkim kodeksima kao propisanim moralnim regulama unutar samih korporacija; a isto tako, na univerzalnim principima koji nadilaze vremenske i kulturne razlike. Ti

¹⁰ Di Džordž, *Poslovna etika*, str. 90. Dajući objašnjenje o deontološkom pristupu Di Džordž dalje kaže: „Moralna ispravnost i moralna neispravnost jesu temeljni i konačni moralni izrazi. Oni ne zavise od dobra, niti od stvaranja – odnosno, nemogućnosti stvaranja – dobra. Naša je dužnost da radimo ono što je moralno ispravno i izbjegavamo što je moralno pogrešno, bez obzira na posledice takvog ponašanja“; ljudi se, smatra Di Džordž, obično drže deontološkog stava koji ima dugu istoriju. Ona datira još iz antičkog vremena (stoička filozofija). U savremenom američkom društvu ovaj pristup je združen s judeo-hrišćanskom tradicijom. On obuhvata i formalističko učenje njemačkog klasičara Imanuela Kanta, kao i teorije mnogih savremenika koji raspravljaju o pravdi i pravu.

¹¹ Pod teleološkom etikom (teleologie – s.grč. kraj, cilj, svrha, izvršenje; učenje o svrsi i svrsishodnosti) podrazumijeva se pravac u etici u kojem se postupci ne vrednuju jer su motivisani voljom da se ispuni određena zapovjest, npr. kao što su kategorički imperativ ili neka od deset zapovjesti judeo-hrišćanske tradicije. Važne teleološke etike su utilitarizam i etički egoizam.

¹² Taj normativni karakter je sličan karakteru običajnih i religioznih obaveza. Naime, dok se običajne norme izražavaju ritualima vezanim za neko podneblje, religiozne Božjim zapovijestima, pravne se izražavaju zakonima, a moralne savješću moralnog subjekta i moralnom atmosferom.

principi su sadržani u Globalnom dogovoru Ujedinjenih nacija (Atanacković, 2011: 147) i čini ih deset univerzalnih principa društveno odgovornog poslovanja iz oblasti ljudskih prava, radnih prava, zaštite životnog prostora i borbe protiv korupcije.¹³ Globalni dogovor, koji izvorno navodi Atanacković, zahtijeva javnu odgovornost, transparentnost u djelovanju, kao i pregnuća interesa kompanija, sindikata i civilnog sektora da podstiču i međusobno razmjenjuju primjere dobre prakse i iskustva u promovisanju deset univerzalnih principa, a to su:

1. Uvažavanje i podrška zaštite međunarodnih ljudskih prava unutar pripadajućih područja uticaja;
2. Preduzimanje mjera radi sprečavanja preduzeća u učestvovanju u zloupotrebi ljudskih prava;
3. Sloboda udruživanja i stvarno priznavanje prava kolektivnog pregovaranja;
4. Uklanjanje svih oblika prisilnog i obaveznog rada;
5. Stvarno ukidanje dječjeg rada;
6. Uklanjanje diskriminacije u zapošljavanju i izboru zvanja;
7. Podrška mjerama predostrožnosti u prevladavanju ekoloških izazova;
8. Preduzimanje mjera radi promocije veće ekološke odgovornosti;
9. Podsticanje razvoja i širenja ekološki prihvatljivih tehnologija;
10. Kompanije bi trebale da rade na suzbijanju korupcije u svim njenim oblicima.

Temeljenje osobina i prednosti etičkih pravila odnosi se na pojašnjenje stavova i postupaka onih koji upravljaju o tome šta za njih predstavlja neetičko ponašanje, na pomoć zaposlenima da usvajaju etičke norme prije mogućeg suočavanja sa problemima u praksi. Ako se uzme u obzir da je puno onih koji se ne suzdržavaju ni od kakvih skrupula i obmana (život bez neophodnog truda i

¹³ „Najopštije rečeno pod korupcijom se podrazumijeva zloupotreba javne službe radi lične koristi. To su radnje koje krše moralne norme, a to su: podmićivanje (primanje novca ili drugih dobiti čime se utiče na nečiju odluku), nepotizam (patronaža i primjenjivanje rodbinskih kriterijuma u odlučivanju o javnoj stvari) i zloupotreba položaja za ličnu korist (ilegalno korišćenje javnog dobra, usluge i sl.). U suštini, korupcija je društveni propust, manjak pretpostavki, društvenih i moralnih normi koje su potrebne za zdravo funkcionisanje tržišne privrede. Upravo zbog posljedica koje korupcija izaziva ona postaje velika smetnja razvoju međunarodnih ekonomskih odnosa. Korupcija je suprotna temeljnim moralnim postulatima kapitalizma, koji bogaćenje pravdaju radom i iskušenjem životnog poziva, privatno vlasništvo i zaštita privatne svojine su svetinje. Zakonom o sprečavanju korupcije u inostranstvu koji je donijet 1977. (*Foreign Corrupt Practices Act, 1977*), ponovo započinje borba protiv korupcije u inostranstvu. Taj akt ustanovljava zabranu američkim kompanijama da ponude, plate ili obećaju platiti nekom stranom službeniku, menadžeru ili činovniku, političkoj partiji ili političaru za uslugu uticaja, dobijanja ili zadržavanja nekog posla ili poslovnog interesa. Taj se zakon primjenjuje na sve kompanije koje imaju firme ili matične poslovnice registrovane u SAD i koje potpadaju pod kontrolu moćne komisije za nadzor finansijskog poslovanja (SEC – Securities and Exchange Commission). Na taj način se praktički onemogućava posluživanje korupcijom za postizanje poslova. Za američke kompanije borba protiv korupcije je sigurna strategija koja osim toga ima i podršku vlade, lokalnog i svjetskog javnog mnjenja, a to je u stvari i pitanje prisustva i opstanka na konkurentnim tržištima“ (Kregar, 1997: 893–898).

rizičnog dostojanstva), onda je kategorički opravdana mogućnost da zaposleni, na primjer, odbiju izvršavanje neke neetičke radnje, da tačno odrede granice prihvatljivog i neprihvatljivog ponašanja, da obezbijede načine preko kojih će osigurati i usmjeriti upute rukovodilaca u sferama etičkog ponašanja. U procesu odlučivanja suočavamo se sa bitnom terminologijom, čije je tumačenje i razumijevanje višeznačno. Pojmovi kao što su pravo, pravda, dužnost, poštenje, obaveze, ispravno postupanje u domenu su moralnosti, iskazuju sud o odnosu prema ljudima i koje obično koristimo i prilikom donošenja odluka u okvirima neke organizacije. Dosezanje *moralnih standarda* pretpostavlja uvid u to kako stvaramo i temeljimo svoja uvjerenja na osnovu naših obaveza prema drugima, a ne samo ostvarivanje dobrobiti i koristi za nas. Moralni standardi, kao pravila ili principi, jesu osnovni elementi morala i kao takvi su neophodni za određivanje sadržaja moralnih stavova. Da bismo razlikovali i razgraničili moralne standarde od drugih praktičnih standarda, kao što je razboritost, opšteprihvaćenih društvenih normi ili pravila, potrebno je osvrnuti se na njihove tri bitne osobine.

Kao prvo, *moralni standardi* su autonomni standardi u smislu da obavezuju samo individue koje ih prihvataju svojom voljom. Zatim, moralni standardi preferiraju univerzalnom važenju u smislu da ih osobe koje ih prihvataju smatraju važećim i za druge osobe. Prema tome oni se razlikuju od ličnih želja, pretpostavki razboritosti i društvenih običaja, ali ne i uvijek od pravnih normi. Pošto se smatraju važnijim od drugih pravila ljudskog ponašanja, oni se uglavnom grupišu u tri kategorije: 1. *Standardi u okviru zakonskih propisa*, kod kojih je najbitnije pitanje kakvi oni treba da budu i da li ih se pridržavati ili ne; 2. *Standardi u okviru socijalnih i ekonomskih propisa izvan granica zakona*, obično ih nazivamo „ljudskim vrijednostima“. Oni se tiču konkretnih načina na koje jedna ličnost treba da tretira druge i uključuju ne samo moralne pojmove iskrenosti, date riječi, poštenja, itd., već i izbjegavanje nanošenja povreda, kao i svojevoljnu naknadu za učinjenu štetu; 3. *Standardi u okviru religije*, kod svih religijskih učenja postoje učenja, načela i zapovijesti, koja svaka na sebi svojstven način izražava moralne standarde i norme u odnosima između ljudi i između ljudi i Boga.

S obzirom na to da se moralni standardi određuju, analiziraju, prihvataju i zadržavaju ili napuštaju, oni predstavljaju osnovu moralnog razvoja pojedinca i društva. Istovremeno su osnova za vjeru: u dijalog i kompromis prilikom rješavanja društvenih konflikata; u značaj poboljšanja kvaliteta životne sredine; u podržavanje multinacionalne i etničke raznolikosti; u privrženost slobodi i miru, nenasilnom ponašanju i promjenama. Kao trajne moralne vrijednosti koje su od velikog značaja za život i pojedinca i zajednice, moralne norme i standardi mijenjaju se i unutar društva, u skladu sa promjenama koje se u njemu događaju. Sve to se reflektuje i na svijet poslovanja – na sve njegove djelatnike ali i sudionike. Treba imati u vidu da u izgrađivanju moralne ličnosti značajnu ulogu ima i sistem vrijednosti date društvene sredine, ali i niz drugih faktora kao što su istorijsko-kulturno nasljeđe, socijalizacija, religiozna uvjerenja, sistem motivacije i drugi.

L i t e r a t u r a

- Atanacković, Uglješa (2011): „Društveno odgovorno poslovanje kao savremeni koncept biznisa“, *Škola biznisa*, br. 1/2011, Maribor.
- Babić, Jovan (1999), „Dileme poslovnog morala“, u: Dragan Jakovljević (prir.), *Etika – Oglеди iz primenjene etike*, Podgorica: CID.
- Denli, Džon R. (1999), „Etika i čovek organizacije“, u: Dragan Jakovljević (prir.), *Etika – Oglеди iz primenjene etike*, Podgorica: CID.
- Dramond, Džon & Bein, Bil (2001), *Poslovna etika*, Beograd: Klio.
- Di Džordž, Ričard T. (2006), „Istorija poslovne etike“, u: *Poslovna politika*, vol. 35, br. 10, Beograd.
- Di Džordž, Ričard T. (2003), *Poslovna etika*, Beograd: Filip Višnjić.
- Di Džordž, Ričard T. (1999), „Odgovornost multinacionalnih kompanija“, u: Dragan Jakovljević (prir.), *Etika – Oglеди iz primenjene etike*, Podgorica: CID.
- Hodžić, Abid (2006), *Organizaciono struktuiranje preduzeća uslovljeno njegovom razvojnom strategijom i poslovnopolitikom*, Banja Luka, Sarajevo: Panevropski univerzitet „Apejron“.
- Jakovljević, Dragan (prir.) (1999), *Etika – Oglеди iz primenjene etike*, Podgorica: CID.
- Jakovljević, Dragan (prir.) (2002), *Savremena filozofija morala*, Ratio, Podgorica/Beograd.
- Korporativna društvena odgovornost* (2006), priručnik, Beograd: Integra, Partner.
- Kregar, Josip (1997), „Korupcija“, u *Financijska praksa*, 21 (5–6), Zagreb.
- Muratović, Esko (2012), *Di Džordžova etika međunarodnog poslovanja – normativno polazište i glavne teze* (magistarski rad), Nikšić: Filozofski fakultet.