

ETICKÉ PROBLÉMY EKONOMICKÉHO SPRÁVANIA

DAGMAR SMREKOVÁ, Filozofický ústav SAV, Bratislava

SMREKOVÁ, D.: Ethical Problems of Economic Behavior.

FILOZOFIA 49, 1994, No 10, p. 638.

The status of ethics in economic behavior is a new issue in our philosophy. In the countries with a developed market economy it is, however, one of the most burning questions of the discussion. The aim of the paper in its first part is to approach moral norms as a specific way of the economic behavior regulation. In its second part the mainstream modern theories concerning the relation between ethics and economics are presented. In the third part the possible contribution of ethics in the domain of economic decision-making is outlined. The author's point is that a law defining the general rules of the market agents' behavior says nothing about moral standards intervening in economic decision-making. On her view the ethics with its norms and value standards allows for the transcending the traditional, costs-benefits pattern of reasoning. She, therefore, sees the ethics as an important attribute of economic decision-making.

Aký zmysel by malo uvažovať o morálke v ľudskom správaní, ak by sme nežili pod tlakom časovej limitovanosti individuálnej existencie? Práve vedomie finality každého činu, ale i života každého jedinca, spolu s ich zakotvenosťou do sociálnych väzieb a vzťahov spôsobuje, že do voľby v tej či onej miere vstupuje morálna motivácia. Jednoducho, tlak časovej tiesne a ohľad na dôsledky našich činov neumožňuje robiť určité rozhodnutia najprv „nanečisto“ a bez „dodatočných nákladov“, za aké sa niekedy považuje morálka. Na druhej strane, ak by všetky činy i život človeka ako celok boli predurčené líniami poriadku, v ktorom je vejár možností uzavretý, stratilo by zmysel aj akékoľvek individuálne rozhodovanie (a tým i morálna zodpovednosť). Predsa sa však v každom okamihu svojho života ocitáme pred otázkou, či to, čo si volíme so zreteľom na vlastný záujem a prospech, je nielen legálne (v súlade so zákonom) a racionálne (povedzme v zmysle inštrumentálne chápanej racionality, preferujúcej stratégiu optimálnej voľby v reláciách náklady–zisky, ako je to bežné v ekonomickom správaní), ale aj morálne (spoločensky akceptovateľné z hľadiska noriem dobra a zla, statočnosti, korektnosti, čestnosti, spravodlivosti...). Morálne normy tak vstupujú do každej sféry ľudskej činnosti ako osobitý regulatív správania, ktorého cieľom je – ak to vyjadríme zjednodušene – prispievať k individuálnemu i verejnému blahu a k zmenšovaniu utrpenia. Ich aplikovanie a dodržiavanie však nie je vynútiteľné a sankcionovateľné donucovacou mocou štátu, hoci to neznamená, že by boli vo vzťahu k spoločnosti menej záväzné ako iné formy regulácie.

Zámerom článku je charakterizovať normy morálky ako špecifický spôsob regulácie ekonomického správania, predstaviť hlavné tendencie v hodnotení vzťahu etiky a ekonómie v súčasných teóriách a načrtnúť možný príspevok etiky vo sfére ekonomického rozhodovania.

I. Otázka o etike v ekonomickom správaní súvisí s problémom kooperácie a koordinácie ľudskej činnosti. Koordinácia – súčinnosť – je faktor, od ktorého podľa anglického autora P. Heyneho závisí úspech temer každej činnosti v hospodárskej sústave a v konečnom dôsledku to, ako bude sústava fungovať ([1], 422). Pochybnosti o potrebe koordinovania mechanizmu slobodného trhu vyvažujú také argumenty, ako je možnosť poruchy tohto spontánneho mechanizmu, nerovnomerné rozloženie zdrojov a ich vplyv na výstupy, prvok neistoty v ekonomických rozhodovaniach, ich podmienenosť existujúcimi pravidlami hry (určujúcimi spôsoby využívania daných zdrojov, znášanie nákladov a redistribúciu prospechu), vplyv očakávaní na rozhodovanie a konanie ekonomických aktérov atď.

Koordináciu činnosti prostredníctvom noriem morálky považujeme za jednu z spôsobov umožňujúcich vzájomnú kooperáciu jednotlivých účastníkov trhu a prispievajúcich k zachovaniu a reprodukovaniu spoločenského poriadku. Požiadavka morálky tu nie je otázkou sentimentu, ale výrazom poznania, že napr. individuálny prospech či blaho založené výlučne na účelovo-inštrumentálnej racionalite, zväčša ignorujúcej kooperáciu, má krátkodobé výhody, ale nie dlhodobú perspektívu. Problém poriadku sa tu však spája s otázkou, ako je možná kooperácia ľudí, ktorí sa navzájom nepoznajú, a ako je možná koordinácia ich činností, ak sledujú prevažne svoje vlastné záujmy a ciele?

Na problém poriadku sa možno dívať prinajmenšom z dvoch východísk, ktoré podmieňujú aj odpoveď na otázku o koordinácii činnosti. Vychádzajúc z konsenzuálnych teórií, poriadok je výsledkom dohody. Dodržiavanie dohodnutých pravidiel znamená síce pre členov spoločnosti, ktorí sú nimi viazaní, obmedzenie možnosti voľby, z ich hľadiska je však vyvážené presvedčením, že za to získajú dodatočné výhody. Poriadok teda otvára priestor pre dodatočnú voľbu a profitovanie z možností, ktoré by inak ľuďom neboli poskytnuté. Z pohľadu teórií konfliktu je naproti tomu spolužitie v spoločnosti prevažne výsledkom donútenia, pretože na danom poriadku dobrovoľne participuje len menšina jej členov. Táto teória vychádza z konfliktu záujmov jednotlivých sociálnych skupín a z ich nezmieriteľnosti. Pokiaľ ide o výhody takéhoto typu spolužitia, chápú sa vždy ako privilégium vybraných skupín realizované na úkor ostatných. Možnosť širšej kooperácie naráža na bariéru v podobe stretov rozporných záujmov vnútorne diferencovanej spoločnosti (žijúcej navyše pod tlakom nedostatku), ktoré redukujú ochotu jej členov dobrovoľne sa podriaďiť dohodnutým pravidlám.

Úvaha o vzťahu etiky a ekonómie sa opiera o predpoklad dobrovoľného súhlasu ako základu kooperácie a koordinovateľnosti sociálnych a ekonomických aktivít. Kým dodržiavanie zákona je spojené s právom vlády použiť donútenie, akceptovanie

morálnych noriem je vecou dobrovoľného rozhodnutia prijať a osvojiť si zaväzujúcu požiadavku, garantujúcu žiadúce správanie.

Z tohto pohľadu nám ide o také chápanie etiky, ktoré ju spája s problémami p o r i a d k u. Toto chápanie je zdôvodnené poslaním etiky ako disciplíny skúmajúcej špecifický spôsob regulácie spoločenského správania ľudí z hľadiska morálnych predstáv, princípov a noriem o tom, ako sa má konať, čo je dobré a zlé a pod. Problém poriadku sa totiž nerieši len vytýčením hraníc účinnosti donucovacej činnosti vlády voči svojim občanom. Súvisí aj s ich ochotou dobrovoľne na ňom participovať. V tomto kontexte má morálka osobitné postavenie, pretože ako neinštitucionálny spôsob normatívnej regulácie pôsobí najmä tam, kde končí dosah zákona, stanoveného mocou.

Etika v konkrétnej spoločensko-historickej situácii odráža určité predstavy o spoločnosti, „aká by mala byť“, a o ľuďoch, „ako by sa mali správať“, aby ich rozhodovanie a konanie zodpovedalo kritériám, resp. vzorom žiadúceho správania, kladeným na človeka daného spoločenstva, danej kultúry. Tomu zodpovedá i súbor morálnych princípov, noriem a hodnôt ako regulátorov činnosti a vzájomného styku ľudí. Etika tak súvisí s otázkou zachovania a upevnenia spoločenského poriadku, a to do takej miery, do akej jej to umožňujú jej vlastné funkcie (funkcia poznávacia, hodnotiacia, imperatívna, regulatívna, motivačná, orientujúca). Nepredstavuje však len formu podpory daného poriadku, ale poukazovaním na to, čo „má byť“, môže plniť i funkciu kritickej reflexie existujúceho stavu spoločnosti (protirečenie medzi existujúcim a žiadúcim), signalizujúcu potrebu jeho zmeny. Poslanie etiky však nezlučujeme s utopickými predstavami a nereálnymi očakávaniami jej úloh pri zmenách v spoločenskom usporiadaní, v spôsobe organizácie spoločnosti, v dosahovaní sociálneho blahobytu a pod.

Spor o miesto etiky v ekonomike súvisí o.i. s problémom **vzťahu zákona a morálnych noriem** v ekonomickom správaní. Kľúčovou otázkou je, prečo zavádzať do takej svojbýtnej sféry, akou je ekonomická aktivita a ekonomické správanie, morálne normy a hodnoty. Nestačí na reguláciu a koordináciu tejto aktivity zákon? Uvedme niekoľko námietok.

Úvahy o etickej dimenzii ekonomického správania sa rodili ako dôsledok poznania, že zákon, oddeľujúci sféru legálneho, dovoleného konania od zakázaného, nezákonného, nič nehovorí o tom, 1. či je toto konanie – resp. jeho dôsledky – dobré alebo zlé, čestné, korektné, spravodlivé atď. Z hľadiska zákona sú irelevantné rozmanité zaužívané zvyky, tradície, štandardy, vzory správania, tak, ako sa formovali po dlhé obdobie v jednotlivých profesiách, v podnikoch s dlhoročnou tradíciou, v profesných zväzoch a pod. Inými slovami, zákon nič nevypovedá o hodnotách, ktoré stoja v pozadí ekonomických cieľov. 2. Zákon reprezentujúci východiskovú bázu pravidiel správania trhových aktérov mlčí o spôsoboch riešenia morálnych dilem v každodenných situáciách. V situáciách kolízie hodnôt nie je rozhodovanie o tom, čomu dať prednosť, jednoznačné. Významnú úlohu tu zohráva morálna orientácia subjektu voľby, jeho zmysel pre povinnosť (napr. voči podniku a zamestnancom, podnikateľským partnerom, konzumentom, okolitej komunite), vedomie zodpovednosti za dôsledky rozhodnutí a činov s ohľadom na žiadúce (spoločnosťou akceptované) normy

správania. Aktér sa rozhoduje nielen v zhode s vlastným etalónom hodnôt, ale aj vo vzťahu k existujúcemu spoločenskému poriadku – svojou voľbou ho buď upevňuje, alebo naruša. To vyžaduje od subjektu voľby nielen znalosť zákona, ale aj uvedenie si všeobecne akceptovaných spoločenských hodnôt a kritérií, pretavených do interného kódexu správania. Prienik morálnej dimenzie do ekonomického správania je výrazom poznania, že nie všetko, čo je legálne, je aj morálne. **Vo svetle morálky ako špecifického (neinštitucionálneho) regulatívu správania prestáva platiť téza, že je dovolené všetko, čo nie je zakázané.** Legalita, zákonnosť je síce predpokladom morálky, sama ju však nestanovuje ani negarantuje. V praxi to znamená, že nemorálne správanie nemusí byť ešte v rozpore so zákonom. Ba tam, kde absentuje vedomie záväzku dodržiavať všeobecne zaužívané pravidlá – akými sú popri zákonoch aj morálne normy, ktorých záväzná sila sa opiera len o tlak verejnej mienky alebo príslušnej komunity, ktorej je jednotlivec členom –, tam je väčšia náchylnosť aj k porušovaniu zákona.

Na druhej strane treba upozorniť na paradox, pri ktorom dôsledné a striktné uplatnenie zákona – tzv. tvrdosť zákona – môže mať niekedy z morálneho hľadiska neželateľné dôsledky. Vzniká tu zaujímavá otázka, ktorej sa ešte dotkneme, totiž, či si výkonná moc môže dovoliť svedomie, resp. či môže mať podnik dušu.¹

Morálne a právne normy sa, prirodzene, odlišujú svojím pôvodom, podstatou i tým, odkiaľ sa berie ich opodstatnenosť, záväzná sila, vynútiteľnosť a kontrola ich dodržiavania. Právna norma je definovaná ako taký spôsob regulácie správania, ktorý je vyjadrený v štátom uznannej forme (napr. v podobe zákona, vládneho nariadenia a pod.) a ktorého dodržiavanie je vynútiteľné štátnou mocou (osobitnými inštitúciami a orgánmi). V tom je jej sila, ale i slabosť. Inštitucionálny spôsob regulácie nedokáže obsiahnuť diferencované a komplikované prádvo medziľudských vzťahov a foriem vzájomného styku ľudí. Navyše, sankcionovateľnosť nelegálneho konania je viazaná na prísnejší reglement i dôkaz (kde niet žalobcu, niet ani sudcu) ako v prípade morálneho priestupku. Tam, kde končí moc zákona, nastupujú preto iné formy regulácie, aby garantovali dodržiavanie zaužívaných, žiadúcich a očakávaných vzorov správania.

Na rozdiel od príkazov, zákazov, nariadení a oprávnení, striktné formulovaných v podobe zákonov, majú morálne normy podobu uzancií, „nepísaných“ zákonov, očakávaných noriem a vzorov správania, ktorých kontrola a sankcionovanie je závislé na sile a „autorite“ verejnej mienky, resp. skupiny, ktorej je individuum členom, ako aj na tlaku vlastného svedomia a vnútorného presvedčenia. Z neinštitucionálnej povahy morálnych noriem a z ich nejednoznačného charakteru (nie sú návodom na konanie v zmysle striktných predpisov, ale spoločensky žiadúcou normou správania), sa niekedy vyvodzuje nezáväznosť ich dodržiavania.

1

Ako príklad uplatnenia „tvrdosti zákona“ možno uviesť paušálny presun detí slovenských rodičov z českých detských domovov po rozdelení federácie – presun vykonaný proti vôli detí a bez prihliadnutia na ich individuálne záujmy s následným náhlým pretrhnutím citových väzieb a vzťahov s prostredím, v ktorom pôvodne vyrastali, a s ľuďmi, ktorí im dovtedy symbolizovali domov.

Osobitne zreteľné je to vo sfére aplikovanej etiky, ak sa táto chápe len ako apendix k pravidlám stanoveným zákonom, resp. zaužívaným v tej-ktorej sfére ľudskej činnosti.

V súvislosti s ekonomickým správaním však vychádzame z toho, že zákon predstavuje len tzv. etické minimum, minimálnu záväznú normu, ktorá umožňuje trhu fungovať. Neurčuje podnikateľovi, ako sa správať v konkrétnych situáciách, a – ako sme uviedli vyššie – nerieši morálne dilemy spojené s podnikaním. Cez prizmu morálky je hodnota cieľa a prostriedkov definovaná s ohľadom na iné normy ako v prípadoch, keď starosť o morálne hodnoty absentuje a ekonomické správanie sa podriadiuje výlučne logike vzťahu náklady–zisky. Morálka teda vnáša do ekonomického správania rozmer presahujúci sféru samého zisku. Pôsobí ako korektív účelovo-racionálneho konania, orientovaného výlučne na materializované úspechy egoistického záujmu v nie príliš vzdialenom časovom horizonte. Všeobecne možno jej úlohu charakterizovať ako potrebu pripomínať zodpovednosť za dlhodobé dôsledky ekonomických aktivít a za humánnu dimenziu ekonomického správania.

Naopak, z pozície etického minimalizmu sa etike vydeľuje miesto len vo sfére privátneho života, nie profesionálnej praxe. Z tohto hľadiska sa pripúšťa rezignácia na morálne normy tam, kde prioritným kritériom úspechu je zisk, hoci v privátnej sfére je ochrana morálnych hodnôt posvätná a porušovanie morálky neprípustné. Paradox spočíva v tom, že kým konkurenčné trhové prostredie je pre jedných dôvodom pre morálnu kapituláciu, pre iných sa stáva impulzom zrodu záujmu o morálne normy a hodnoty. Príčinou je zrejme odlišne chápaná stratégia úspechu. Kým pre jedných to môže byť egoistické sledovanie vlastného záujmu na princípe hry „s nulovým súčtom“ (kde jeden všetko získava a druhý stráca), pre iných sa cesta k úspechu spája s legitímne a korektne realizovanou kooperáciou, prinášajúcou výhody pre všetkých zúčastnených (hra „s nenulovým súčtom“).

Nezriedka sa objavuje názor, podľa ktorého sa z univerzálnej predstavy o človeku ako morálnej bytosti vyvodzuje, že aj ekonomická aktivita je morálnou aktivitou ([2], XV). Ekonomická činnosť sama osebe (a to sa vzťahuje na akúkoľvek činnosť) však podľa našej mienky nie je morálna alebo nemorálna. Morálnou sa stáva vo vzťahu k hodnotám, ktoré voči nej uplatňujeme (napr. starosť o zvyšovanie humánneho ekonomického poriadku, o ochranu životného prostredia, o zdravotnú nezávadnosť produkcie, vytváranie zdravého konkurenčného prostredia, a nie likvidácia konkurencie za každú cenu, redistribúcia prospechu pre tých, ktorí sú najviac postihnutí nerovnomernými výsledkami trhu, atď.) Morálka sa tak stáva špecifickou súčasťou ekonomickej činnosti, tak ako každej inej ľudskej činnosti. Ekonomické správanie má však rovnako aspekt účelovo-racionálneho konania, ide len o to, v akom pomere tieto diferencované aspekty orientujú ekonomickú aktivitu a do akej miery podnecujú ku kooperácii.

Zastavme sa krátko pri otázke **etických dilem**. Etické dilemy sú súčasťou špecifickej situácie, v ktorej sa stretávajú konkurenčné hodnoty vyžadujúce protikladné činy. Dotýkajú sa konfliktov medzi pravidlami, právami a povinnosťami, nárokmi, záujmami a želaniami atď. Úlohou etickej teórie nie je poskytovať presné návody na

riešenie morálnych dilem, ale ponúknuť konkurenčné modely riešenia každodenných morálnych problémov. Napokon, pri probléme, ktorý má povahu etickej dilemy, ťažko jednoznačne rozhodnúť, čo je dobré a čo zlé, ktorá voľba je správna, a ktorá nie. Konečnú zodpovednosť má subjekt rozhodovania.²

V tejto súvislosti sa v literatúre venovanej etike v ekonomickom správaní [3] rozlišujú tri druhy etických problémov, pričom ich treba chápať vo vzájomnej previazanosti: 1. morálne problémy charakteru. V centre pozornosti je tu otázka individuálneho rozhodovania o tom, či dodržať, alebo porušiť morálne normy (povedzme na úrovni osobnosti podnikateľa, ktorý sa rozhoduje, či zaplatí úplatok, ktorým by získal určitú výhodu na trhu). Ide o to, ako individuum osobne hodnotí jednotlivé alternatívy voľby, teda o otázku, či preváža pragmatické hľadisko (čo sa mi viac oplatí, na čom viac získam), alebo morálne hľadisko (čo je dobré a čo zlé). 2. problém morálneho správania pod tlakom okolností. Ide tu o morálne hodnotenie činu individua vykonaného v špecifickej situácii, nazvime ju „situácia konfliktu záujmov“. Otázkou napr. je, či je správne, alebo nesprávne zrieknuť sa istých morálnych noriem preto, aby podnikateľ urýchlil záležitosť, ktorá je pre neho existenčne dôležitá (napr. aby zaplatil úplatok za možnosť urýchleneho umiestnenia svojho výrobku na trhu). 3. problém inštitucionálnej etiky. Na tejto úrovni sa hodnotí oprávnenosť alebo neoprávnenosť určitého typu správania inštitúcií nielen z hľadiska morálneho kódexu, ale aj z hľadiska legálnosti, teda dodržania zákona. Napr. zaplatenie úplatku v záujme zvýhodnenia podniku na trhu (povedzme v záujme získania vládnej objednávky) už nie je len otázkou dobra a zla, ale aj prípustnosti, či neprípustnosti (zákonnosti, resp. nezákonnosti).

II. Podľa francúzskeho autora M. Alberta možno z historického hľadiska kapitalizmus, t.j. kombináciu dvoch elementov – súkromného vlastníctva a slobodného utvárania cien na trhu – definovať ako etický pokrok spoločnosti práve zásluhou trhu ([4], 187). Ide o stanovisko, ktoré pripisuje trhu – v jeho primárne ekonomickom chápaní – determinujúcu úlohu vo formovaní a organizovaní sociálneho života.³

Rozvoj trhovej ekonomiky je však napriek optimistickému názoru o etickom pokroku neoddeliteľný od dvoch protirečivých tendencií v správaní a vzájomnej interakcii ekonomických subjektov. Prvú charakterizuje úsilie akceptovať rovnaké pravidlá hry, predovšetkým zákonodarstvo a v tomto kontexte i etické normy; to do istej miery limituje voľbu aktérov, ale na druhej strane dáva všetkým účastníkom trhu šancu využiť z toho plynúce dodatočné výhody pri dosahovaní vlastného prospechu a nikoho

² Pripomeňme nedávny prípad morálnej dilemy z nášho podnikateľského prostredia, keď monopolný výrobca Sunaru pod tlakom existenčného ohrozenia vlastnej výroby pozastavil dodávku tovaru do našej obchodnej siete ako odvetnú sankciu za nevyrovnané pohľadávky (dlhy) odberateľa. Bez ohľadu na fakt, že išlo o bezprecedentný príklad nátlakového konania vo sfére životne nepostrádateľného výrobku, závažným faktorom je narušenie dôvery spotrebiteľa voči firme, ktorá sa humánne pochybným spôsobom domáhala svojich práv, ale aj voči štátu, ktorý pripustil také podmienky a pravidlá na trhu, ktoré umožnili podobný krok.

³ Toto stanovisko je odôvodňované snahou o objasnenie povahy autonómie, ktorú udeľuje trh občianskej spoločnosti – a to aj za cenu abstrahovania od politického a sociálneho aspektu.

vopred z hry nevylučuje. Druhá tendencia sa vyznačuje obchádzaním, resp. odmietaním pravidiel, kalkulovaním s medzerami v zákone a s neúčinnou kontrolou, ba i korrupciou, v záujme získania čo najrýchlejšieho osobného prospechu aj na úkor ostatných aktérov.

Otázkou je, aký typ ekonomického správania v trhovej spoločnosti prevažuje a aké postavenie má v tejto súvislosti etika.

Sociálne myslenie reaguje na vzťah etiky a ekonomického správania odlišnými názormi a závermi:

A. Trh je spontánne sa utvárajúci poriadok, ktorý má určujúcu úlohu v regulácii sociálneho života. Všetko, čo tomuto procesu prekáža, sa odmieta. Napr. podľa M. Friedmana podnikateľské operácie nespádajú do sféry etických súdov. Z prísne ekonomického hľadiska, v ktorom meradlom ekonomického úspechu je efektívnosť, rentabilita a zisk, sa teda akcent na etické požiadavky javí ako druhoradý. Inými slovami, jedinou povinnosťou podnikateľov je prinášať zisk pre svojich akcionárov. Možno to chápať tak, že podnikateľ zaväzujúci sa akcionárom prestáva byť autonómnym morálnym aktérom, pretože jeho rozhodnutia sa orientujú na jediný cieľ, ktorý je svojou povahou mimomorálny.⁴

Podobne v kontexte tézy F. A. Hayeka, že trhový mechanizmus nikto neriadi, sa otázka morálnych noriem ako regulátorov ekonomického správania považuje za nenáležitú. Prirodzene, Hayek požaduje existenciu abstraktných pravidiel – regulujúcich správanie aktérov –, ktoré by zároveň vyhovelí testu spravodlivosti, teda boli by dostatočne univerzálne, aby sa dali uplatniť na všetky prípady zodpovedajúce podmienkam v nich stanoveným bez toho, aby sa dostali do rozporu s inými pravidlami ([5], 63). Pravidlá správneho chovania, ktoré požaduje, však len vymedzujú priestor prípustného konania, t.j. majú obecné negatívny charakter, lebo určujú len to, čo nemožno robiť, nie však to, čo je sociálne žiaduce. Hayekovo stanovisko je opodstatnené z jedného hľadiska: trh fungujúci na základe abstraktných pravidiel je spravodlivý v tom, že nikoho vopred z hry nevylučuje a nikomu nepredestinuje jeho rolu na základe niekým vopred stanoveného cieľa. Tieto pravidlá však v nijakom prípade nemôžu suplovať rozličné formy neinštitucionálnej regulácie správania, ktoré formujú a dotvárajú komplikované prádvo sociálnych interakcií a vzťahov.

Námietku z pohľadu ekonomickej, resp. podnikateľskej etiky, o ktorú nám ide, možno formulovať nasledovne: požiadavka dodržiavania abstraktných pravidiel síce otvára rovnaký priestor všetkým potenciálnym aktérom trhu a umožňuje slobodu voľby správania, ktorým si chcú zaistiť prospech, prípadne minimalizovať straty. Ignoruje však etický a hodnotový parameter ľudského správania (ak len hodnotovú sféru neredukujeme na jediné kritérium – zisk). Ekonomická, resp. podnikateľská etika chce upozorniť na diskrepancie v správaní, ktoré je síce v súlade so zákonom, resp. všeobecne uznanými rámcovými pravidlami, ale zároveň môže byť morálne a hodnotovo

⁴ Treba však dodať, že svoj názor formuloval M. Friedman v r.1970, teda v čase, keď sa v USA diskutovalo o sociálnej zodpovednosti podnikov, ale podnikateľská etika ako špeciálna disciplína ešte nebola sformovaná (porovnaj Friedman, M.: *The Social Responsibility of Business Is to Increase Its Profits*. New York Times Magazine, September 13, 1970).

sporné. Všeobecnejšie možno protiargument Hayekovej pozícii postaviť i v podobe otázky, či možno celý proces rozhodovania, v ktorom sa premieta rozmanitosť záujmov a potrieb, motivácia a hodnotová orientácia, konflikt motívov atď. spolu s tlakom noriem, požadovaných spoločnosťou, urobiť záväzným len voči súboru abstraktných pravidiel.

B. Iným variantom stanoviska zahrnutého v úvode bodu A je prístup, ktorý z praktického hľadiska vylučuje možnosť symbiózy etiky a podnikateľského správania. Výstižne ho možno charakterizovať vzťahom „etika versus ekonómia“. Hodnotiac podnikateľskú prax v trhovej spoločnosti z pozície teórie konfliktov, t.j. nemožnosti dohodnúť sa o spoločných pravidlách, prichádza k záveru, že podnikateľská aktivita je len ťažko zmieriteľná s morálnymi požiadavkami, pretože život spoločnosti spočíva fundamentálne na amorálnych základoch, prameniach z egoizmu záujmov.

Napr. H. Bonin ([6]) pri mapovaní dejín podnikania vyvodzuje, že prvou starosťou firmy je jej prežitie. Firma koná vo svete podnikateľskej súťaže. Z tohto hľadiska možno jej činnosť hodnotiť skôr v terminológii s militantným nábojom približujúcej sa vojenskému slovníku: ako boj o ukoristenie časti trhu, ako svetovú vojnu firiem či burzové bitky, ofenzívne technologické a obchodné stratégie, kde sa na bitevnom poli stretávajú finanční a podnikateľskí žraloci, podvodníci...

Dynamika rozvoja kapitalizmu, ako tvrdí Bonin, predpokladá, že podnik sa angažuje v súťaži, kde nie je podstatné zúčastniť sa, ale zvíťaziť. To znamená zaistiť si dlhodobé pôsobenie firmy na trhu a vydobýť si maximum zisku. Dominantnými cieľmi sú: prežiť – teda odolávať a vzdorovať konkurencii, preraziť – teda inovovať svoje výrobné zariadenia a servisný aparát, aby boli výkonnejšie, a napokon – profitovať, zarábať peniaze.

Z pohľadu teórie hier – predstavujúcej matematickú analýzu sociálnych konfliktov – sa typ podnikateľského správania preferujúci filozofiu prežitia na úkor druhého považuje za hru s nulovým súčtom, kde zisk pre jedného predstavuje stratu pre druhého aktéra trhu, bez snahy o obojstranne výhodnú dohodu a kooperáciu. Podnikateľská etika chce upozorniť na to, že uvedený typ podnikateľského správania nie je výnimočný, napriek existujúcim pochybnostiam o možnostiach rozvoja mechanizmu trhu v dnešnej podobe, ak by prevládol dôraz na egoizmus záujmov nad úsilím o obojstranne výhodnú kooperáciu. Takýto nekooperatívny typ správania nielenže zneužíva medzery v legislatíve a kontrolnej činnosti vládou ustanovených inštitúcií, ale parazituje aj na stave, kedy sa všeobecne záväzné etické princípy a normy ešte nestali vnútorným komponentom ekonomiky trhu tak, aby spustili „automatizmus“ vedúci až k eliminácii narušiteľov trhového poriadku.

Pretože charakteristickou črtou podnikateľského správania v trhovej ekonomike – na rozdiel od príkazovej ekonomiky – je risk, jeho kompenzáciou má byť profit. Na filozofii „zisku a prežitia za každú cenu“ založené podnikateľské správanie preferuje spôsoby snažiace sa odmietnuť pravidlá hry, ak ich nemožno obísť (daňové podvody a daňové úniky, zneužitie dôvery, parazitovanie na systéme sociálnych výhod a sociálnej pomoci). To je príznačné najmä pre obdobie sociálno-historických zvrátov, keď pôvodné zákony a normatívno-hodnotové predstavy prestávajú platiť – alebo procesu

transformácie, konštituovania nového spoločenského a ekonomického poriadku, keď sa právny rámec ekonomického pôsobenia ešte len tvorí, zákony nie sú prepracované, ich účinnosť nie je overená a ich dodržiavanie zatiaľ nemožno efektívne kontrolovať. Javy, ktoré tento záver potvrdzujú – vzrastajúca miera korupcie, tolerovania konfliktu záujmov, špekulácie, nelegálneho obohacovania sa, hrabivosti... signalizujú silnú tendenciu rezignovať nielen na morálne, ale na akékoľvek normy v ekonomickom správaní v krízových obdobiach spoločnosti.

Tento pohľad nanovo stavia do popredia otázku o statuse a ochrane morálnych požiadaviek v ekonomickom svete. Obecne platí, že morálne požiadavky, normy a princípy neodrážajú len premenlivý a prechodný stav spoločnosti, ale v kondenzovanej podobe navrstvenú historickú skúsenosť mnohých generácií.

Z tohto pohľadu by normy žiadúceho správania nemali byť v situáciách každodenného vzájomného styku ľudí čímsi vnútorne cudzím, nevedeným, nech ide o akýkoľvek druh činnosti a typ vzťahov.

Predsa však z hľadiska konkrétnej formy sociálnej interakcie – v rovine ktorej uvažujeme – je otázkou, čo prevláda. Dodržiavanie morálnych noriem vo vzájomných vzťahoch ekonomických aktérov, alebo preferovanie egoistického záujmu (potreby maximalizovať hodnotu vlastného zisku), ktorý degraduje každé úsilie o definovanie a dodržiavanie pravidiel hry vrátane noriem podnikateľskej etiky? Problém vidíme v tom, že protirečenie medzi žiadúcim (morálne záväzným) a individuálne hodnotným sa vo sfére podnikateľského správania premieta do polohy nevyhnutnosti zosúladiť úsilie dosiahnuť vytýčený cieľ, ktorý je primárnou hodnotou (napr. vydobýť si pozície na trhu, udržať sa tam a maximalizovať zisk) – a zvoliť si adekvátne prostriedky k tomuto cieľu tak, aby neboli v rozpore so všeobecne záväznými morálnymi požiadavkami (napr. potlačiť egoizmus záujmov a podriať svoje rozhodovanie a konanie morálke zodpovednosti).

Na pozadí tejto otázky sa však črtá aj ďalší, všeobecnejší problém – či by vôbec mechanizmus trhu mohol fungovať, ak by vo vzájomnom vzťahu aktérov dominoval egoizmus nad ochotou ku kooperácii a k dodržiavaniu všeobecne záväzných pravidiel? Alebo inak – ako to, že mechanizmus trhu funguje napriek tomu, že časť trhových aktérov preferuje egoistické stratégie správania, ktoré nielenže môžu byť v rozpore so žiaducimi vzormi správania, ale vo svojom výsledku prinášajú zväčša každému z aktérov aj menej prospechu ako v prípade kooperácie na princípe modelu hry s nenulovým súčtom? Ako dosiahnuť, aby v podmienkach konkurenčného trhového prostredia, ktoré možno charakterizovať ako zmes kooperácie a konfliktu, prevládla kooperatívna stratégia, ak prirodzeným ekonomickým záujmom každého aktéra je maximalizovať hodnoty vlastného zisku (najmä ak niet jednoznačných garancií, že kooperatívna stratégia sa ukáže byť vždy tým najlepším variantom voľby)? Ved' ten, kto v podmienkach konkurencie záujmov a obmedzených zdrojov akceptuje pravidlá kooperatívnej stratégie, ocitá sa často v nevýhodnejšom postavení ako ich narušiteľ.

C. Na nastolené otázky sa usiluje odpovedať vyššie spomenutý, dnes už dôrazne a celosvetovo sa presadzujúci trend – ekonomická etika, resp. podnikateľská etika (business ethics, éthique des affaires)⁵ – akcentujúci prepojenie medzi etikou a eko-

nomikou ako jednu z podmienok efektívneho fungovania trhu. Jeho korene siahajú do USA, kde od začiatku osemdesiatych rokov zaznamenáva skutočnú explóziu. Možno ho považovať za súčasť platformy zdôvodňujúcej nevyhnutnosť koordinácie ekonomického správania v podmienkach slobodného trhu – či už cez normatívne sústavy (právo, morálka), alebo administratívnymi formami regulácie, teda zásahmi štátu na rôznych úrovniach, štatútmi výrobných organizácií, resp. spolu s internými etickými kódexami renomovaných podnikov aj využívaním ich tradícií akceptovaných navonok a pod. Z tejto pozície sa trh nepovažuje za natoľko dokonalý sebaregulujući mechanismus, aby bol schopný odstrániť či korigovať niektoré nežiadúce efekty (napr. v súvislosti so znášaním bremena nákladov, s redistribúciou dôchodkov, s riešením problému inflácie, nezamestnanosti atď.) a garantovať bezporuchový chod spoločnosti.

Hneď treba dodať, že úsilie etablovať etickú dimenziu ekonomiky prebieha na rôznych úrovniach teórie i praxe a z pozície rozlične orientovaných záujmov. Výsledkom je dnes už veľký počet prác, ktoré sú dielom filozofov, ekonómov, etikov, manažérov, podnikateľov, prípadne vznikli kombináciou rozličných úrovní reflexie problémov. Pravdaže, toto úsilie nie je nové, a dokonca aj mnohé v súčasnosti pertraktované problémy, ba aj konkrétne princípy a normy obsiahnuté v kódexoch správania dnešných podnikov majú svoj pôvod v minulosti. Jedným z významných, dnes už klasických teoretických zdrojov súčasných koncepcií a kódexov je Max Weber. Najmä jeho štúdiá *Protestantská etika a duch kapitalizmu* [7] obsahuje viaceré podnety a inšpirácie, ktoré sa aktualizujú a využívajú pri zdôvodňovaní nevyhnutnosti etablovať etickú dimenziu ekonomiky tak na úrovni teórie, ako aj vo sfére praktickej aktivity.

Weber sa snaží preniknúť pod povrch javov spätých s formovaním kapitalistického spôsobu života. To, čo ho zaujíma napr. na takom kapitalistickom princípe, akým je zväčšovanie kapitálu, nie je len „technika života“, ale „svojrážna etika, ktorej porušovanie sa pokladá nielen za bláznovstvo, ale za druh zanedbávania povinnosti“. To, čo sa navonok prejavuje ako technika života, obchodnícka odvaha – nadobúdanie bohatstva, nadobúda vo Weberovej interpretácii charakter eticky zafarbenej maximy spôsobu života.

V základoch kapitalizmu leží princíp zväčšovania kapitálu. Nadobúdanie peňazí – cez prizmu etiky, ktorou nás sprevádza Weber – sa však nechápe ako prostriedok uspokojovania materiálnych potrieb a už vôbec nie eudaimonisticky či hedonisticky – ako prostriedok dosahovania šťastia či osobného užívania. Získavanie peňazí ako cieľ ľudského života (zvonka sa javí ako prevrátenie stavu vecí, resp. ako prevrátenie vzťahu povinnosti a hodnoty v morálke) sa podľa neho spája s istými náboženskými predstavami a morálnymi normami. Predovšetkým s normami dôkladnosti, povinnosti a záväznosti v povolani, bez ohľadu na činnosť, ktorej sa týka, ale aj odmietnutím egoizmu vlastného záujmu, ak by ignoroval záujem druhého, atď. Táto idea – ktorá je podľa Webera pre „sociálnu etiku“ kapitalistickej kultúry charakteristická, dokonca v určitom zmysle má pre ňu konštitutívny význam – sa v transformovanej podobe premieta v súčasných koncepciách economickej, resp. podnikateľskej etiky. V súvislosti

⁵ K termínu „podnikateľská etika“ pozri tiež: Smreková, D.: Etika a ekonómia. In: Filozofia 1992 č. 12, s. 722.

so stratégiou požadujúcou zosúladiť ekonomické ciele podnikania s morálnym imperatívom – čomu sa dnes v rozvinutých trhových ekonomikách prispôsobuje čoraz viac podnikateľských subjektov – sa ako osobitná etická požiadavka zdôrazňuje potreba zrieknuť sa túžby po okamžitom zisku. Preferovanie krátkodobého, resp. príležitostného zisku a okamžitých pozitív na úkor dlhodobej prosperity identifikujú prívrženci podnikateľskej etiky ako jav, ktorý je popretím princípu, na ktorom bol založený kapitalizmus: totiž schopnosti dať momentálne pozitívky a zisk do služby tvorby budúceho bohatstva a blahobytu.

Weber zaujal aj ďalším momentom. Podľa neho moderný kapitalizmus sa stáva pre jednotlivca ulitou, vnucuje trhovým aktérom normy konania, ktoré musia rešpektovať. Patrí k nim aj spomínaná osobitá etika povinnosti, záväzku spojeného s podnikateľským povoláním.

Prírodzene, nejde tu o to, že by bez tejto etiky kapitalizmus prestal fungovať. V rámci moderného trhu však funguje, povedané Weberovými slovami, mechanizmus „ekonomického výberu“, ktorý eliminuje účastníkov trhu, ktorí sa nedokážu prispôbiť týmto normám, prípadne konajú proti nim. Práve tak sa „mimo hry“ ocitá aj jednotlivec odmietajúci podriať sa etickým normám, akceptovaným skupinou, kastou, ktorej je členom. Z Weberovej interpretácie možno vyvodiť, že tak, ako sa racionálne zhodnocovanie kapitálu v podnikaní a racionálna kapitalistická organizácia práce stávali určujúcimi silami orientácie ekonomického konania, tak sa aj racionálne pochopená, to znamená normami ohraničená a viazaná orientácia na vlastný záujem pretransformovala na moderný kapitalistický spôsob myslenia ako masového javu. Inak povedané, nedostatočné uvedomenie si žiadúcich noriem správania pri sledovaní vlastného záujmu bolo v rozpore s tým myšlienkovým trendom, z ktorého sa zrodil duchovný obsah moderného kapitalizmu a z ktorého profitoval aj kapitalistický ekonomický poriadok.

V súčasných koncepciách podnikateľskej etiky sa weberovský argument ekonomického a etického výberu hojne využíva: podľa optimistického krídla predstaviteľov podnikateľskej etiky je v rozvinutom konkurenčnom prostredí etika vnútorným komponentom ekonomického správania do tej miery, že funguje ako akýsi „samočistiaci mechanizmus“. V týchto intenciách porušovanie všeobecne uznaných a akceptovaných princípov a noriem vyvoláva sankcie vedúce až k eliminácii neprispôsobivých aktérov úmyselne poškodzujúcich záujmy ostatných účastníkov trhu. Treba však uviesť, že v týchto koncepciách sa odmieta weberovské stotožnenie povolania s cieľom pre človeka vonkajším (napr. získavaním peňazí). Z pohľadu prívržencov uvedeného trendu vstupujú do podnikateľského rozhodovania okrem základného cieľa, ktorým je prosperita podniku, aj faktory sociálnej zodpovednosti, povinnosti, dôvery, ochoty plniť dobrovoľné záväzky... ako výraz toho, že podnik prestáva byť výlučne ekonomickým činiteľom a stáva sa sociálnym aktérom.

Zámerom ekonomickej etiky, resp. podnikateľskej etiky je upozorniť, že nie každé legálne, legitímne ekonomické správanie, ktoré nie je v rozpore so zákonom, je aj sociálne žiadateľné a hodnotovo prijateľné. Predstavitelia tohto prúdu uvažovania sa

však líšia pohľadmi na spôsoby prepojenia týchto relatívne samostatných oblastí a na povahu a funkcie takto aplikovanej etiky.

V kontrapunkte k hľadisku zdôrazňujúcemu, že zisk a rozvoj podniku sú nielen hlavné, ale jediné relevantné faktory podnikania a všetky úvahy o dobre a zle sú tu irelevantné (hľadisko etickej irelevancie), sa v literatúre venovanej podnikateľskej etike vyprofilovali dva východiskové prístupy:

1. Hoci podnikanie nie je eticky autonómna činnosť a etické úvahy sú vo vzťahu k nemu relevantné, kritériá ziskovosti a konkurencieschopnosti majú väčšiu dôležitosť ako hodnoty dobra a zla.

2. Niet dôvodu preferovať kritérium zisku vo sfére podnikania, pretože ekonomická aktivita podlieha rovnako aj kritériám dobra a zla. Hlavný spor sa teda vedie po línii vymedzenia povahy morálnych noriem vo vzťahu k svetu podnikania, pričom spektrum názorov je tu až prekvapivé. Otázka sa zároveň stavia tak, či sa všeobecné morálne pravidlá vzťahujú rovnako aj na podnikateľskú prax a ekonomické rozhodovanie, alebo či sú s podnikateľským správaním zviazané nejaké špeciálne morálne požiadavky vymedzujúce špecifické povinnosti v konkrétnych podnikateľských situáciách, ktoré však neplatia mimo sféry biznisu. Od riešenia tohto sporu závisí tiež charakteristika podnikateľskej etiky, jej povahy a možnosti.

Ilustrujme tento spor na niekoľkých reprezentatívnych stanoviskách. K prístupom prvého typu – ako sme ho vyššie uviedli – možno zaradiť pozíciu amerického autora A. Z. Carra [8]. Podľa neho pre etické úvahy o podnikaní sú rozhodujúce kritériá zisku a rastu, a nie pojmy dobra a zla. Podnikateľská stratégia sa odvíja v medziach zákona a všeobecných podnikateľských praktík, a nie v rámci všeobecných morálnych úvah. Pravda, aj Carr si uvedomuje, že vstup etiky do podnikateľského sveta bol podmienený práve tým, že všeobecné podnikateľské praktiky i nové fenomény vo svete podnikania často vzbudzovali pochybnosti a vyžadovali si retrospektívne morálne hodnotenie. Kritériá, ktoré vytýčil, ho však vedú ku konštatovaniu, že podnikanie – definujúce „správne“ a „nesprávne“ v termínoch, ktoré by mohli uspokojiť aj morálne dobre vyvinuté svedomie – by nemohlo prežiť. Od žiadnej spoločnosti podľa neho totiž nemožno očakávať, že bude slúžiť sociálnemu záujmu, pokiaľ by to neslúžilo jej vlastnému záujmu – buď očakávaniu zisku, alebo vyhnutiu sa trestu. Znamená to teda, že skôr, než sa zabuduje norma zodpovednosti k verejnosti do systému podnikateľských rozhodnutí, musí mať ekonomické oprávnenie. (Napr. o výdavkoch pre dobro komunity sa uvažuje len vtedy, ak má investor vyhliadky na budúce zisky, resp. ak by zníženie výdavkov signalizovalo stratu bezpečnosti alebo stratu príležitosti byť zvýhodnený.)

Možno povedať, že Carr vnáša do úvah o sociálnej zodpovednosti podniku istý alibizmus, keď tvrdí, že kľúčovou otázkou nie je: „Sme povinní to urobiť?“, ale skôr „Čo sa stane, ak to neurobíme? Ako to zapôsobí na návratnosť investícií?“. Podľa jeho názoru pre manažment spoločnosti nie je neobvyklé porušiť zákon – aj keď očakávajú, že budú prichytení –, ak kalkulujú s tým, že pokuta, ktorú budú musieť zaplatiť, bude

len zlomkom profitu, ktorý toto porušenie prinesie.⁶ Autor vidí nádej pre etickú motiváciu podnikateľského správania v konštruktívnom spojení dlhodobého ekonomického pohľadu podnikateľského subjektu s pohľadom akceptujúcim záujem spoločnosti. Dôležitým kritériom pre neho však zostáva požiadavka výhod pre korporáciu, ktoré by prevýšili náklady vo sfére sociálnej zodpovednosti.

Z Carrovej pozície vyplýva, že morálne normy sú v podnikaní akceptovateľné potiaľ, pokiaľ podporujú základný cieľ podnikania – prinášať zisk. Inak je eticky akceptovateľná každá legálna podnikateľská prax. Toto stanovisko, dosť rozšírené aj v našich trhových podmienkach, má však aj svojich oponentov. Americký autor Norman C. Gillespie vo svojej štúdii [10] naznačuje, prečo v podnikateľskom správaní nestačí jednoducho dodržiavať „pravidlá hry“ stanovené zákonom, prípadne všeobecne zaužívanými praktikami. Z jeho úvah je zrejmé, že v podnikaní nejde primárne o zisk, ale o ľudí. Ľudia venujú časť svojho individuálneho životného času zaobstarávaniu peňazí a vymieňajú časť svojich životov za statky a služby. Z tohto hľadiska je nemorálne uvádzať ich do omylu, pokiaľ ide o povahu týchto statkov a služieb. Otázkou teda je, či platí často využívaná analógia vyjadrená ideou „podnikanie ako hra“. Podľa autora ak by táto idea platila, znamenalo by to, že v stávke sú ľudské životy – pretože blaho a budúcnosť ľudí často závisia od podnikania a spôsobu, akým sa vedie.

Namiesto obhajoby pravidiel, že eticky správne je to, čo nie je nelegálne, ide podľa Gillespieho v podnikateľskej etike o to, dokázať, aká by **mohla byť** podnikateľská prax. A zákon nezakladá toto východisko.

Problém vytvárania noriem a štandard etického správania v podnikaní však nie je jednoduchý. Okrem názoru, že etické je to, čo nie je v rozpore so zákonom, existujú proti forsírovaniu morálnych noriem v podnikateľských rozhodnutiach i ďalšie závažné námietky. Gillespie si kladie otázku, prečo tak veľa ľudí prijíma konvencionalistickú pozíciu „biznis je biznis“ a „keď si činný v podnikaní, rob tak, ako robia druhí“. Pripomína, že ak podnikateľ nevyužije výhodu z legálnej príležitosti, druhý tak určite urobí, resp. že je veľmi ťažké nepodvádzať v prostredí, v ktorom každý podvádza. V tejto súvislosti uvádza tri druhy prípadov, kedy sa zriekame bežnej morálnej povinnosti: a) ak morálna cena za poslušnosť morálnych štandard je príliš vysoká, takže si vyžaduje urobiť výnimku. (Napri. ak jedinou cestou, ako niekomu zachrániť život, je klamať, tak človek bude klamať); b) bežná morálna povinnosť prestáva byť pre jednotlivca povinnosťou, ak náklady na jej individuálne vyplnenie sú veľmi vysoké; c) situácie, v ktorých sa normálna morálna povinnosť môže zvrátiť a prestať byť povinnosťou. Ide o prípady, kedy morálne želiteľný stav možno dosiahnuť len vtedy, ak sa každý alebo skoro každý bude správať istým spôsobom. Ak by len jeden robil to, čo má, a ostatní nie, ocitol by sa voči nim v nevýhode. V situáciách morálne sporného správania treba podľa autora odpovedať na podvod podvodom. Dôvodí, že nikto by

⁶ Na podobnú stratégiu správania upozornil už T. Hobbes. V diele *O občano*vi z r. 1642 venovanom problémom sociálnej a politickej filozofie napísal: „...konanie ľudí vychádza z vôle a vôľa z nádeje a strachu; takže kedykoľvek ľudia vidia, že im vzíde väčšie dobro alebo menšie zlo skôr z porušenia zákonov než z ich zachovania, porušujú zákony úmyselne“ ([9], 172).

nemal využívať nekorektnú výhodu voči inému, ale nikto nie je povinný iným dovoliť, aby takúto nefér výhodu uplatnili voči nemu.

Z uvedeného však nevyplyva, že by sa ľudia mali zriecť aplikovania bežných morálnych noriem alebo že by podnikanie vyžadovalo špecifický súbor pravidiel, ktoré by determinovali povinnosti jednotlivca v takýchto situáciách, pričom by neboli relevantné v bežnom živote. Podľa Gillespieho na oblasť podnikania treba aplikovať základné morálne normy spoločnosti, a nie osobitné pravidlá. Pravda, uvedomuje si, že fungovanie týchto noriem je závislé od ochoty ďalších účastníkov participovať na želanom spôsobe správania. V opačnom prípade jednotlivec nemá povinnosť ich dodržiavať, resp. zostáva mu možnosť „stáť a čakať“. Treba dodať, že v bežnom živote (nielen vo sfére podnikania) ide o postoj charakteristický pre „mlčiacu väčšinu“, ktorá sa zvyčajne rozhoduje až potom, keď sú základné línie vývoja vyprofilované. Podľa autora pre zmenu situácie je pre jednotlivca primárnou otázkou, čo môže on sám uskutočniť v spojení s ostatnými a aké budú pravdepodobné osobné náklady takéhoto rozhodnutia. Gillespie pripomína, že predmetom morálnych predpisov je stanoviť, že individua majú povinnosť robiť len to, čo môžu robiť. To znamená, že ak jednotlivec nemôže zmeniť situáciu, nemá povinnosť ju zmeniť. Ak totiž jedna osoba robí to, čo by mal robiť každý, ale nik tak nerobí, potom táto izolovaná individuálna aktivita nič nevyrieši, len zvyšuje osobné náklady pre jednotlivca. (Napri. podľa autora je zbytočné obchádzať trávnik, ak všetci ostatní chodia krížom po vyššom chodníku.)

Gillespie naráža na závažný moment podnikateľského správania – na existenciu podmienok, ktoré umožňujú nekorektné správanie, resp. ktoré neumožňujú individuu rozhodovať sa morálne bez osobných strát. Situácie, keď sa jednotlivec ocitá pred dilemou typu: buď sa zachová v rozpore so svojím svedomím, alebo vystavím ohrozeniu svoju rodinu (napri. v prípade vydierania), signalizujú, že je treba zmeniť vlastné pravidlá podnikania a spôsob, akým je vedené, a nie správanie jednotlivca. Podstatou podnikateľskej etiky je – v intenciách jeho uvažovania – normatívna otázka, otázka, aké by malo byť podnikanie. To znamená, že pri morálnom rozhodovaní nestačí brať do úvahy daný stav, spôsob, ako to aktuálne funguje, ale – ak to vyjadríme nadnesene – ideálny stav, teda to, ako by sa ľudia mali navzájom správať v podnikateľských situáciách. Iný americký autor D. S. Sherwin sa vo svojej štúdii [11] zamýšľa nad otázkou, čo je sociálna zodpovednosť a etické správanie v podnikaní a či má mať korporácia svedomie. Autor vychádza z faktu, že podnikanie je systémom vzájomného prepojenia, kde každý člen požaduje naspäť podiel úmerný hodnote vlastného vkladu, a na druhej strane, to, čo dostane, je limitované tým, čo dostane konkurent. To znamená, že nikto sa dlhodobo nemôže tešiť disproporčným podielu, alebo inak, nikto by nemal dlhodobo profitovať na úkor iných.

Problém začína pri hľadaní odpovede na otázku, akými hodnotami by sa malo riadiť podnikateľské správanie. Treba si totiž uvedomiť, že cieľ podnikania je pre každého zo zúčastnených aktérov iný (pre vlastníkov kapitálu je to zisk, pre zamestnancov možnosť vyžiť, pre konzumentov možnosť užívať statky a služby, pre okolitú komunitu žiť v čistom a nehluchom prostredí).

Je zrejme, že pre každú skupinu budú aj hodnoty odlišné – v závislosti od cieľa, na ktorý sú viazané. Z predpokladu, že podnikanie je systémom rovnoprávných členov, navyše vzájomne závislých, podľa autora vyplýva, že jednostranná orientácia na jeden typ hodnôt (napr. preferovanie zisku vlastníkov) je samodeštruktívna (narušenie kooperatívneho správania ostatných participujúcich členov – zamestnancov a konzumentov – a ohrozenie návratnosti kapitálu).

Podľa Sherwina termín etika má okrem jeho bežného významu ako súboru morálnych princípov alebo hodnôt, ktorý usmerňuje správanie, aj fundamentálnejší význam: ponúknuť odôvodnenie zvláštnych hodnôt (particular values), ktoré by mali regulovať podnikateľské správanie. Zdá sa, že v diskusii o povahe morálneho správania vo svete podnikania stojí na opačnej strane ako N. C. Gillespie. V protiklade k téze o rovnosti podnikateľských hodnôt so všeobecne akceptovanými hodnotami požaduje vyššie morálne a hodnotové nároky na podnikateľských lídrov ako na zvyšok spoločnosti, práve pre ich vyššiu zodpovednosť voči verejnosti.

Napriek dôležitosti tohto cieľa tvrdí, že otázka, či má mať korporácia svedomie, je nepatričná: korporácia je myšlienkovou a právnou konštrukciou, je právnickou, a nie reálnou osobou. Ak vychádzame z toho, že svedomie je schopnosťou mravného sebahodnotenia správania osobnosti v kategóriách viny a neviny, povinnosti a zodpovednosti, možno pochopiť autorovo odmietnutie idey korporatívneho svedomia. Podľa neho totiž správanie reálnej osoby závisí od jej hodnôt, ale ak je táto osoba zároveň lídrom podnikateľskej korporácie, jej hodnoty sú spojené s účelom podnikania. V tomto prípade sa svedomie podnikateľa môže vzdialiť od spoločensky želateľných cieľov či predstáv o tom, čo je správne, a čo nie. Cesta z tejto dilemy vedie zrejme iným smerom: aby podnikateľskí lídri primáli vlastnú korporáciu správať sa v intenciách spoločnosťou akceptovaných morálnych noriem.

Odlíšnu pozíciu obhajuje renomovaný americký autor rakúskeho pôvodu Peter Drucker [12]. Podľa neho západná etická tradícia bola vždy založená na jedinom etickom kóde spoločnom pre individuálne správanie rozličných vrstiev spoločnosti v rozličných situáciách. Inak povedané, ak sa etika zaoberá správnymi pravidlami správania, je jedno, akej oblasti a profesie sa týka. Podnikateľská etika však vraj túto fundamentálnu axiómu popiera, a to tým, že dáva podnikaniu špeciálny etický status, odlišný od bežného života ľudí. Hlavný rozpor vidí autor v tom, že činy považované za morálne alebo legálne (ak sa vykonávajú v bežných životných situáciách), sa stávajú nelegálnymi alebo nemorálnymi vo svete podnikania. (Napríklad ak sa pod hrozbou ujmy na zdraví podrobíme vydieraniu v bežnom živote, neberieme ohľad na to, či je to morálne, alebo nie. Ak sa podrobí vydieraniu podnikateľ, hovoríme, že konal neeticky.)

Podľa P. Druckera diskusie o podnikateľskej etike tendujú k tvrdeniu, že jedna strana má všetky povinnosti, a druhá všetky práva. A takéto stanovisko môže vyústiť do popierania každej etiky, pretože etika sa stáva nástrojom mocných. Ak je súbor etických pravidiel postavený jednostranne, potom ho stanovujú tí, čo majú moc. Ak vzájomná závislosť (ktorá je základnou charakteristikou spoločnosti organizácií) nie je aj rovnosťou povinností, dostáva sa do polohy dominancie jedného aktéra nad druhým.

Podľa mienky tohto autora súčasná podnikateľská etika v stave, v akom sa nachádza, je len kazuistikou v menej hodnotnom význame: morálne pravidlá a rozhodnutia o tom, čo je etické, sa nemôžu aplikovať rovnako na všetkých (na obyčajných ľudí i na tých, čo pravidlá tvoria a sú subjektami sociálnej zodpovednosti).

Toto stanovisko vyvolalo námietky oponentov. Iní americkí autori W. M. Hoffman a J. Mills Moore [13] argumentujú, že na jednej strane Drucker zrejme vníma podnikateľskú etiku ako potenciálnu apologetiku podnikania, ospravedlňujúcu vyňatie tejto aktivity spod všeobecných morálnych noriem. Na druhej strane akoby chcel poukázať na to, že podnikateľská etika vedie k diskriminácii biznisu tým, že ho posudzuje cez prizmu prehnane prísnych etických noriem. Podľa uvedených autorov Drucker odmietnutím dichotómie medzi pravidlami platnými v bežnom živote a v podnikateľskom svete urobil významný krok pre podnikateľskú etiku (a nie proti nej). Na otázku, prečo postulovať podnikateľskú etiku, ak normálne a podnikateľské etické pravidlá sú si rovné, ponúkajú nasledujúcu odpoveď.

Podnikateľská etika je dôležitá nie preto, aby sa vytvorili špeciálne etické pravidlá pre ľudí v podnikateľskom postavení, ale preto, že podnikanie ako také je unikátnym predmetom skúmania a treba ho normatívne zdôvodniť. A ďalej, žiada sa vniesť svetlo do zmltka okolo aplikácie tradičných pravidiel na podnikateľské prostredie. Pritom vystupujú do popredia dve otázky: po prvé, či podnikateľská aktivita má alebo mala by mať miesto v morálne neutrálnej sfére; po druhé, ako – alebo či vôbec – môže byť podnikateľská organizácia chápaná ako morálny aktér. Podľa názoru autorov tieto fundamentálne otázky poskytujú podporu pre skúmanie špecifickejších problémov vznikajúcich v kontexte podnikania (otázky vládnej regulácie, morálneho využitia prírodných zdrojov, vzťahov k spotrebiteľom atď.).

Na margo kritiky, že podnikateľská etika môže byť chápaná ako forma morálneho napomínania, že jej poslaním je kárať podnikanie za nevhodné činy, argumentujú, že odhaľovanie nemorálnych praktík je len jednou z jej úloh. Pritom jej cieľom nie je dosiahnuť konsenzus v týchto otázkach, resp. vyjadriť či vyvolať morálne rozhorčenie. Podnikateľskú etiku definujú ako proces normatívnej reflexie o povahe, význame a kontexte podnikateľskej aktivity. Ako taká súvisí s otázkami o spravodlivosti ekonomického kontextu, v ktorom sa podnikanie uskutočňuje, ako aj so špecifickými otázkami týkajúcimi sa vzťahu podnikania k vláde, spotrebiteľom, zamestnancom i k širšej komunite.

Jej úlohou však nie je vynášať etické verdikty, súdiť alebo obviňovať niekoho – napokon, podnikateľská etika nie je voči podnikaniu v pozícii nepriateľstva. Zo stanoviska uvedených autorov vyplýva, že hoci podnikateľská etika chápe podnikanie ako špeciálny prípad, neznamená to, že ho vyníma spod požiadaviek bežnej morálky, resp. že mu vnucuje osobité, zvlášť prísne morálne normy, ktoré by sa nevzťahovali na iných členov spoločnosti. Väčšina autorov teda oprávnene spochybňuje ideu osobitného etického statusu pre podnikanie a preferuje prístup aplikujúci všeobecné morálne princípy a normy na špecifické situácie vzťahujúce sa k podnikateľskému správaniu na rozličných úrovniach. Tento prístup – ako to potvrdzujú napr. W. M. Hoffman a J. Mills Moore – zároveň kontrastuje s názormi tých autorov, ktorí úplne odmietajú mož-

nosť aplikácie morálnych noriem na svet podnikania ako taký, resp. na individua v ich postavení podnikateľských subjektov (napr. M. Friedman).

III. Jeden z najväčších prínosov etiky v podnikateľskom správaní možno identifikovať ako akcent na zodpovedné ekonomické rozhodovanie v spojitosti s časovým faktorom. Podľa našej mienky etika vnáša do podnikateľských aktivít veľmi naliehavú otázku – aktuálnu osobitne z hľadiska vzdialenejšieho časového horizontu – o tom, čo je to ekonomicky racionálne správanie a kde sú jeho limity.

Aj legitimná ekonomická aktivita, vedená v medziach pravidiel, ktoré sú v súlade so zákonom, môže byť humánne pochybná a morálne sporná, ak v nej dominuje krátkodobý ekonomický prospech, meraný výlučne kritériom okamžitého zisku – bez ohľadu na zodpovednosť za budúce dôsledky prítomných rozhodnutí. V tomto prípade je problematické také morálne správanie, ktoré sa obhajuje apelatívnym krédom zodpovednosti podniku „tu a teraz“, preferujúc prítomnosť a vlastný súčasný imidž na úkor budúcnosti.

Z nášho pohľadu vidíme priestor pre morálku vo vzťahu k ekonomickému správaniu v nasledujúcich rovinách:

1. Nemožno sa spoliehať na to, že existujúce zákony, čo ako dokonalé a prepracované, postihnú všetko, čo súvisí s ekonomickým správaním a jeho dôsledkami pre ďalšie oblasti života spoločnosti. Morálka si nachádza miesto ako špecifický regulátor ekonomického správania a koordinátor vzťahov podnikateľských subjektov najmä v oblastiach, ktoré zákony nedokážu obsiahnuť.

2. Ciele druhých nám nie sú známe. Vo svojom rozhodovaní a konaní väčšinou sledujeme svoje vlastné záujmy, resp. vlastný prospech a tomu prispôbojujeme svoje správanie. Z hľadiska dodatočných výhod, ktoré nám môže poskytnúť kooperácia a dodržiavanie dohodnutých pravidiel hry, i s ohľadom na to, že ekonomické vzťahy sú vzťahmi vzájomnej závislosti, je pre všetkých účastníkov trhu výhodnejšie akceptovať normy regulujúce a korigujúce ich správanie.

3. V prospech morálky ako regulátora správania v oblasti ekonomického života hovorí argument, že nie každé racionálne a legálne ekonomické rozhodovanie a konanie je aj etické. Legalita, ako sme uviedli, je predpokladom morálky, sama ju však neetabluje. Inými slovami, nie všetko, čo nie je v rozpore so zákonom, je sociálne a hodnotovo želané a morálne akceptovateľné. Z pohľadu morálky ekonomika nie je jednoducho oblasťou produkcie a redistribúcie tovarov a služieb. Je predovšetkým sférou, v ktorej sa **rozhoduje** o tom, ako využiť obmedzené a vzácne zdroje na uspokojovanie neobmedzených potrieb ľudí. Tam, kde sa uskutočňujú spoločensky a politicky závažné rozhodnutia, nemožno ignorovať ich morálne súvislosti (najmä otázky sociálnej zodpovednosti za dôsledky rozhodovania a konania).

4. Morálka je spojená so sférou dobrovoľného rozhodnutia jednotlivých aktérov trhu a s ich presvedčením o užitočnosti akceptovania všeobecne záväzných princípov a noriem v podnikateľskom správaní (rozšírenie možností voľby a získanie dodatočných výhod, priestor pre vzájomne výhodnú kooperáciu, predvídateľnosť správania podnikateľských partnerov, zvýšenie prvku istoty a minimalizácia rizika pri podnika-

teľských operáciách atď.) Vychádzame z toho, že etika v trhovej spoločnosti plní do istej miery funkciu autokorektívnu mechanizmu trhu, jeho najhorších deformácií – napr. v oblasti ohrozenia životného prostredia a kvality života, vo sfére porušovania ľudských práv (povedzme práv vlastníka alebo spotrebiteľa), v oblasti dodržiavania pravidiel hry vo vzťahu podnikateľských partnerov (napr. rešpektovaním uzatvorených dohôd) atď. Dotýka sa aj otázok spojených so spravodlivým ekonomickým poriadkom a postavením podnikateľských aktivít v jeho rámci, vzťahu štátu a podnikania atď.

Podnikateľská etika o.i. stavia na argumente potlačenia tendencie profitovať z krátkodobých výhod nemorálneho správania. Akcentuje zodpovednosť trhovách aktérov za dlhodobé dôsledky ich aktivít. Ak by v podnikateľskom svete neprevládla požiadavka zosúladiť vlastné správanie so sociálne žiadúcimi hodnotami, bolo by fungovanie trhu problematické. Ukazuje sa, že racionálna stratégia v podnikateľskom rozhodovaní vedená egoistickým záujmom je síce dôležitým, nie však jediným kritériom ekonomického úspechu.

Optimizmus prívržencov ekonomickej etiky pramení z toho, že v porovnaní s minulosťou narastá vo vyspelých trhovách ekonomikách krivka záujmu o etické hodnoty ekonomických aktivít, čo sa prejavuje tak v oblasti výučby a prípravy manažerských kádrov, ako aj v starosti podnikov o vlastné vnútorné morálne kódexy správania. V mnohých amerických podnikoch sa napr. do správania manažerov premieta hľadisko sociálnej zodpovednosti, a to navzdory názorom konzervatívnych ekonómov o tom, že podnik má voči zamestnancom a akcionárom jedinú povinnosť – byť ziskový. Prirodzene, svoju úlohu tu zohráva aj verejná mienka, ktorá je citlivým barometrom korektného správania firmy a akékoľvek priestupky voči podnikateľskej morálke veľmi prísne sankcionuje. Tu platí, že autorita a imidž firmy nie sú raz navždy dané, a znovu-vybudovanie dobrého mena stojí firmu, ktorá si chce udržať stabilné pozície na trhu, spravidla oveľa viac, ako by mohla získať nekorektným prístupom a obchádzaním pravidiel.

Na druhej strane, niektoré sféry trhovej ekonomiky – napríklad finančný kapitálový trh, trh úverových kontraktov atď. – sú od etiky a jej vzájomného akceptovania zúčastnenými aktérmi priam existenčne závislé. Finančné transakcie, realizované často telefonicky, na veľké vzdialenosti a medzi ľuďmi, ktorí sa nikdy nevideli, by nemohli prebiehať, ak by vo vzájomných vzťahoch absentovali také etické priority ako dôvera, česťnosť, zodpovednosť. Podobne by sa nemohli uzatvárať úverové kontrakty, kde inštitúcie poskytujúce úvery kalkulujú pri rozhodovaní s etikou podnikateľa ako so samozrejým a neoddeliteľným atribútom vzájomnej kooperácie.

Správať sa eticky – najmä v takej kalkulom vlastného záujmu riadenej oblasti, ako je ekonomika, nie je, ako sme naznačili, záležitosťou sentimentu alebo sebaobetovania. Morálny subjekt, ktorý z vlastnej vôle a vnútorného presvedčenia berie na seba záväzok dodržiavať pravidlá presahujúce „etické minimum“ (t.j. zákonom stanovené povinnosti), očakáva za to dodatočné výhody: korektnosť, spoľahlivosť a dôveru vo vzájomných vzťahoch podnikateľských partnerov, možnosť plánovať, predvídať a racionálne organizovať budúce aktivity a obmedzovať potenciálne riziká. Prirodzene, motivácia pre etické správanie sa stráca tam, kde niet účinných kontrolných mechaniz-

mov a sankcií voči narušiteľom poriadku. Zmyslom podnikateľskej etiky je docieľiť stav, aby sa ten, kto dodržiava pravidlá, neocital v nevýhodnejšom postavení a neniesol väčšiu mieru podnikateľského rizika ako ich narušiteľ. Na druhej strane, etika sama osebe ešte nie je garantom ekonomického úspechu. Statočnosť a korektnosť sama osebe nestačí, ak podnikateľská aktivita nie je efektívna, ak neprináša zisk.

Akcentovanie morálnych noriem v ekonomickom správaní tak otvára viaceré špecifické problémy, ktoré posúvajú tento typ sociálnych vzťahov z čisto ekonomickej roviny do roviny sociálno-filozofickej a etickej. Príklady:

1. Zodpovednosť za rozvíjanie hodnotového aspektu ekonomických aktivít. Etika napr. upozorňuje trhové subjekty zainteresované na kooperácii, že podnikanie a ekonomická činnosť vôbec – napriek tomu, že sa odohráva v podmienkach nedostatku – nemusí byť hrou s nulovým súčtom, kde to, čo jeden získava, druhý stráca, resp. kde prospech jedného z obchodných partnerov znamená automaticky znevýhodnenie druhého. Z rizika, ktoré v sebe nesie podnikateľská hra, je neopodstatnené usudzovať, že trhové vzťahy založené na súťažení a konkurencii potláčajú kooperáciu a uprednostňujú konflikt. Za predpokladu dodržania stanovených pravidiel by podnikateľské transakcie – a to je ich primárnym zmyslom – mali vo svojom výsledku priniesť obidvom zúčastneným stranám výhody. S touto zásadou súhlasí aj M. Friedman: „Mnoho omylov v ekonomike vyplýva zo zanedbania tohto prostého faktu, z tendencie domnievať sa, že jedna strana môže získať len na úkor druhej“ ([14], 21). Pri kooperácii v oblasti ekonomických aktivít možno teda rovnako ako o riziku uvažovať o hre s **pozitívnym súčtom**, z ktorej môžu profitovať obidve kooperujúce strany, pretože cieľom je celkové zvýšenie prospechu. Zo sféry eticky hodnotných foriem kooperácie je však vylúčený typ asociálnej kooperácie, realizujúci sa na úkor tretieho (napr. tichá dohoda predávajúcich alebo cenový diktát monopolného výrobcu voči spotrebiteľom).

2. Zodpovednosť za voľbu adekvátnej stratégie správania pri riešení konfliktných situácií. Hra „s nulovým súčtom“ predstavuje len jeden typ sociálnych interakcií – dokonca ich limitný typ, teda extrémny spôsob riešenia konfliktov –, ale tým ich škálu nevyčerpáva. Za určitých okolností sa ako morálne sporná javí aj stratégia podnikateľského správania označovaná ako „tit for tat“ (oko za oko, koláč za koláč). A to napriek tomu, že nie je nelegálna, teda nie je v kolízii so zákonom. Uved'me ako príklad aj v našom trhovom prostredí bežné neplnenie pôvodne uzavretých dohôd (napr. svojvoľné pozastavenie dodávky nejakého tovaru monopolným dodávateľom) využívané ako sankcia voči odberateľovi za neplatenie dlhov. Ak by prevážil tento typ riešenia konfliktov vo vzťahoch podnikateľských partnerov, vyvolal by v dôsledku previazanosti trhových aktérov reťazovú reakciu, ktorá by v konečnom dôsledku brzdila, resp. znemožňovala kooperáciu a poškodzovala toho, kto si svoje povinnosti plnil (povedzme spotrebiteľa, ktorý za tovar riadne platil). Bez ohľadu na fakt, že sa nevhodným riešením morálnej dilemy v konkrétnej podnikateľskej situácii môže vytvoriť nebezpečný precedens nátlakového konania v oblasti životne nepostrádateľných výrobkov, vedie takýto krok k narušeniu dôvery spotrebiteľa voči firme, ktorá sa morálne a hodnotovo sporným spôsobom domáha svojich práv.

3. Iným problémom, dotýkajúcim sa aj ekonomickej etiky, je rola „čierneho pasažiera“. Ide o aktérov profitujúcich z výhod daného poriadku a z prospechu poskytovaného v rámci verejných statkov všetkým alebo v rámci zvýhodnenia určitým skupinám, pričom sa títo aktéri odmietajú podieľať na nákladoch. V nami uvažovanom kontexte „čiernymi pasažiermi“ môžu byť tak firmy neodvážajúce dane, ako aj spotrebitelia spoliehajúci sa na to, že niekto iný (povedzme skupina združená v Asociácii spotrebiteľov) prevezme na seba náklady za presadzovanie ich práv a záujmov. To znamená, že nielen vedomý parazitizmus, ale niekedy aj pasivita a ľahostajnosť (pozícia „stať a čakať“) môžu byť základom pre správanie tohto typu. „Čierni pasažieri“ však ohrozujú stabilitu a funkčnosť daného poriadku – v prípade, že by tento typ správania prevládol a ľudia by prestali platiť za poskytované výhody, stratila by sa tiež motivácia pre toho, kto tieto výhody poskytuje, čo v konečnom dôsledku zhoršuje vyhladky spoločnosti ako celku. Ide tiež o to, že títo aktéri narúšajú pole kooperácie, kde sa počíta s istým obmedzením vlastnej voľby vo verejnom záujme, teda s nevyhnutnosťou podriaďiť sa stanoveným pravidlám. Dôvod je prostý. „Jednotné a vo svojom celku vynútené pravidlá, platné pre všetkých, či súhlasia, alebo nie, umožňujú každému omnoho ľahšie plánovať svoju činnosť s určitou istotou. A schopnosť plánovať s istotou je tým, čo odlišuje kooperujúcu spoločnosť od chaotického davu“ ([1], 324).

4. Špecifickým problémovým okruhom je otázka miesta etiky v ekonomickom správaní v súvislosti s politickým rozhodovaním v ekonomických otázkach.⁷ Táto otázka posúva do centra pozornosti úlohu štátu – jednak pokiaľ ide o tvorbu pravidiel a kontrolných mechanizmov, jednak pokiaľ ide o formy vládnych intervencií do fungovania trhu. Etika (či jej absencia) sa angažuje napr. pri vládnych intervenciách orientovaných na eliminovanie extrémnych sociálnych dopadov trhu. Vláda rozhoduje, a teda berie na seba zodpovednosť za to, ktoré sociálne skupiny a na základe akých kritérií budú finančne zvýhodnené a ktorým skupinám treba ubrať (napr. zvýšením daní, sprísnením kritérií na poskytovanie sociálnej pomoci, redistribúciou dôchodkov do oblastí finančne závislých od štátu, resp. od dodatočného príjmu atď.).

Prirodzene, treba brať do úvahy, že vláda je tu vystavená tlaku z dvoch strán. Na jednej strane názorom odmietajúcim intervencie štátu do pôsobenia trhového mechanizmu a akcentujúcim nevyhnutnosť preniesť zodpovednosť za ekonomickú situáciu na individuálnu úroveň; na druhej strane kumulovaným požiadavkám rozličných skupín apelujúcich na zodpovednosť vlády za sociálne postavenie občanov.

Inými slovami, dohodnuté pravidlá sú len základným a všeobecným rámcom pre pôsobenie trhových subjektov. Negarantujú však sociálnu a hodnotovú želanosť ekonomického správania a jeho dôsledkov.

⁷ U nás vystúpila táto otázka do popredia nielen v spojitosti s rozvíjajúcim sa súkromným sektorom a podnikateľskou praxou, ale nečakane aj v súvislosti s akciami slovenských DIKov v Česku a s delením majetku bývalej ČSFR.

Spor o to, či má etika miesto až za hranicami ekonomického rozhodovania, alebo v jeho rámci, nie je ukončený. Nevyhnutnosť regulácie správania ľudí – v záujme rozšírenia možností voľby pri realizácii ich ekonomických cieľov, resp. v záujme iniciovania spoločenských zmien – nastoľuje často problémy, ktoré svojím normatívnym a hodnotovým aspektom presahujú možnosti ekonómie. Tento moment by mal napomôcť preklenúť zaužívaný stereotyp ekonomického myslenia v reláciách náklady–zisky a aktivizovať mechanizmy pripomínajúce ekonomickým subjektom ich povinnosti a zodpovednosť voči spoločnosti.

Z tohto pohľadu by etika nemusela byť len trpeným prívieskom či doplnkom rozhodovania v ekonomických otázkach. Naopak, mohla by sa stať jeho dôležitým atribútom.

LITERATÚRA

- [1] HEYNE, P.: Ekonomický styl myšlení. Praha 1991.
- [2] SOLOMON, R. C. - HANSON K. R.: La morale en affaires. Clé de la réussite. Paris 1989.
- [3] Contemporary Moral Controversies in Business. Edited by A. Pablo Iannone. New York - Oxford 1989.
- [4] ALBERT, M.: Un monde écartelé. In: Le Débat 1991, č. 67.
- [5] HAYEK, F. A.: Principy liberálneho spoločenského rádu. In: Liberální ekonomie. Kořeny euro-americké civilizace. Praha 1993.
- [6] BONIN, H.: Morale et entreprise dans l'histoire. In: Le Débat 1991, č. 67.
- [7] WEBER, M.: Protestantká etika a duch kapitalizmu. In: K metodológii sociálnych vied. Bratislava 1983.
- [8] CARR, A. Z.: Can an Executive Afford a Conscience? In: Contemporary Moral Controversies in Business. New York - Oxford 1989.
- [9] HOBBS, T.: Výbor z diela. Praha 1988.
- [10] GILLESPIE, N. C.: The Business of Ethics. In: Contemporary Moral Controversies in Business. New York - Oxford 1989.
- [11] SHERWIN, D. S.: The Ethical Roots of the Business System. In: Contemporary Moral Controversies in Business. New York - Oxford 1989.
- [12] DRUCKER, P.: Ethical Chic. In: Contemporary Moral Controversies in Business. New York - Oxford 1989.
- [13] HOFFMAN, W. M. - MILLS MOORE, J.: What Is Business Ethics? A Reply to Drucker. In: Contemporary Moral Controversies in Business. Edited by A. Pablo Iannone. New York - Oxford 1989.
- [14] FRIEDMAN, M. a R.: Svoboda voľby. Praha 1992.

Dagmar Smreková
Filozofický ústav SAV
Klemensova 19
813 64 Bratislava
Slovakia