

## Από τη φιλοσοφία στην ηθική



### *Τι θα μάθετε σε αυτό το κεφάλαιο*

- Διάφορους ορισμούς και σκέψεις για το τι είναι ηθική και επιχειρηματική ηθική.
- Διάφορους ορισμούς και σκέψεις για το τι είναι φιλοσοφία.
- Διάφορους ορισμούς και σκέψεις για το τι είναι "αλήθεια".
- Για τη σχέση φιλοσοφίας, ηθικής και επιχειρηματικής ηθικής.
- Για την ηλεκτρονική και τεχνολογική εποχή μας και την επίδρασή της στην αντίληψη περί φιλοσοφίας και ηθικής.
- Για τη λογιστική καταγραφή της επιχειρηματικής αλήθειας και πώς αυτή μπορεί να δημιουργήσει λανθασμένες εντυπώσεις.
- Για τον ηθικό, τον ανήθικο και τον αμοραλιστή.
- Για τη μεθοδολογία έρευνας στην ηθική.
- Για βασικές "σχολές" ηθικής, όπως την τελεολογία και τη δεοντολογία.
- Για θέματα διαφθοράς.
- Για τη σχέση του νομικού πλαισίου εταιρικής συμπεριφοράς και επιχειρηματικής ηθικής.



### *Προλογίζοντας το κεφάλαιο...*

Το κεφάλαιο αυτό φέρνει τον αναγνώστη σε μία πρώτη επαφή με τις έννοιες της φιλοσοφίας και της ηθικής. Αρχίζοντας το κεφάλαιο αυτό θα μιλήσουμε σύντομα για το τι είναι ηθική, τι είναι επιχείρηση, τι είναι επιχειρηματική ηθική και τι είναι ο κώδικας επιχειρηματικής δεοντολογίας. Η αναφορά αυτή είναι απαραίτητη για

να δοθεί ο τόνος αυτού του πονήματος. Αμέσως μετά θα συνδέσουμε τα θέματα ηθικής, επιχειρηματικής ηθικής και επιχειρηματικής δεοντολογίας με το τι είναι "αλήθεια" και, γενικότερα, τι είναι φιλοσοφία, όπως και με τη μεθοδολογία που ακολουθείται στην έρευνα της ηθικής, καθώς και τις βασικές "σχολές" ηθικής που ενδιαφέρουν την ανάλυσή μας – δεδομένου ότι η προσέγγισή μας επιχειρείται από τη σκοπιά της επιχείρησης. Επίσης, θα μιλήσουμε για τα προβλήματα που υπάρχουν στην κατανόηση των επιχειρηματικών αληθειών, αφού στη σημερινή εποχή η ηλεκτρονική τεχνολογία και η λογιστική τεχνογνωσία έχουν επιδράσει σημαντικά στη διατύπωση "μη αληθών" επιχειρηματικών εντυπώσεων.

Το επόμενο κεφάλαιο μας προσγειώνει στην πραγματικότητα της εποχής μας. Τα τελευταία πενήντα χρόνια έγιναν σημαντικές κοινωνικές μεταλλάξεις λόγω της προόδου της τεχνολογίας. Τα νέα κοινωνικά δεδομένα δεν ήταν δυνατόν να προβλεφθούν στην εποχή του Καντ ή του Λάμπνιτς. Κατά τη γνώμη μας, στοιχεία όπως η ταχύτητα αναδιπλασιασμού του πληθυσμού του πλανήτη, η αμεσότητα διάδοσης της πληροφορίας, η αλλαγή βασικών θεσμών αλλά και η εγκαθίδρυση της διεθνούς επιχείρησης μας υποχρεώνουν να κάνουμε μία ανασκόπηση των κοινωνικών τάσεων, όπως τις βλέπουμε σήμερα. Το δεύτερο κεφάλαιο αναλύει συνθήκες και πραγματικότητες του 21ου αιώνα και μας συνδέει με τα επόμενα κεφάλαια, που αναφέρονται σε θέματα επιχειρηματικής ηθικής, όπως τα αντιλαμβάνονται οι πελάτες, οι ιδιοκτήτες, οι εργαζόμενοι και το περιβάλλον γενικότερα.

## **Μερικές αρχικές σκέψεις, τι είναι ηθική και κώδικες επιχειρηματικής ηθικής**

Αφήνοντας για τον επίλογο του παρόντος πονήματος αναφορά στη σχετικότητα μας και ότι ο Πλανήτης Γη δεν είναι παρά ένας κόκκος άμμου στο Συμπάν, αρχίζουμε διατυπώνοντας ότι για χιλιετίες διάφοροι πολιτισμοί ανέπτυξαν φιλοσοφίες βασισμένες στις γεωγραφικές και χωροταξικές συνθήκες που αντιμετώπισαν, όπου το άτομο, η οικογένεια, η "φυλή" ήσαν τα καθοριστικά στοιχεία κάθε κοινωνίας. Με τα χρόνια, οι κοινωνικοπολιτιστικές εξελίξεις, οι ιστορικές αναγκαιότητες, οι πόλεμοι, οι διακρατικές επιρροές (από "φυλή" σε "φυλή") και η τεχνολογική πρόοδος τροποποίησαν περαιτέρω τη φιλοσοφική βάση των πολιτιστικών δρώμενων και επέδρασαν στη διαμόρφωση διακεκριμένων φιλοσοφικών-ηθικών βάσεων και αντίστοιχων νομικών σχημάτων.

Είναι λοιπόν λογικό η φιλοσοφία και η ηθική ενός τόπου να είναι άρρηκτα συνδεδεμένες με το γεωγραφικό, κοινωνικοπολιτιστικό, οικονομικό, ιστορικό και χρονικό τους πλαίσιο. Αλλά ας αρχίσουμε από την αρχή. Τι είναι ηθική;

- Ηθική είναι ο κλάδος της φιλοσοφίας που ασχολείται με τις αξίες οι οποίες σχετίζονται με την ανθρώπινη συμπεριφορά, όσον αφορά την ορθότητα ή την ακαταλληλότητα πράξεων και την αγαθότητα ή μη κινήτρων ή σκοπών.
- Ηθική είναι κάθε διδασκαλία θρησκείας, ιδεολογίας ή δογματικών πεποιθήσεων που καθορίζει τι είναι καλό και τι είναι κακό ή τι επιτρέπεται και τι απαγορεύεται σε ένα συγκεκριμένο κοινωνικό πλαίσιο.
- Ηθική είναι ένα συνεχώς εξελισσόμενο σύνολο κανόνων ανθρώπινης συμπεριφοράς που χαρακτηρίζει μία κοινωνική ομάδα σε μία συγκεκριμένη εποχή και έχει μια σχετικότητα αναφορικά με την αντίληψή μας για τον λόγο ύπαρξής μας.
- Ηθική είναι το σύνολο των αρχών και των αξιών που έχει διαμορφώσει και τηρεί ένα άτομο στην καθημερινή του ζωή.<sup>1</sup>

Οι παραπάνω ορισμοί έχουν μια στατικότητα. Παρουσιάζουν το "τι είναι ηθική" κατά τη συγκεκριμένη στιγμή της ανάλυσης. Όμως τι επιδιώκουμε ερευνώντας το τι είναι ηθική; Ο Thiroux, προσθέτοντας μια διάσταση σκοπιμότητας στην έννοια της ηθικής, λέει ότι *η ηθική ασχολείται με το πώς οι άνθρωποι αντιμετωπίζουν τους άλλους και τα υπόλοιπα όντα ώστε να προάγεται το κοινωνικό συμφέρον, η πρόοδος, η δημιουργικότητα, η έννοια του καλού και του κακού, του δίκαιου ή του άδικου.*<sup>2</sup> Κατά τη γνώμη μας είναι αναγκαίο να προσδιορίσουμε με σαφήνεια το τι είναι ηθική. Αλλά, επίσης, πρέπει να χρησιμοποιήσουμε τον ορισμό αυτόν για την κατανόηση και την προαγωγή του ατομικού, του κοινωνικού και του επιχειρηματικού γίνεσθαι.

Γεννιόμαστε μέσα σε ένα πλέγμα κανόνων συμπεριφοράς και από την αρχή μαθαίνουμε να υπακούμε στη δεοντολογία τους και να αποφεύγουμε δυσάρεστες επιπτώσεις από τη μη συμμόρφωσή μας με αυτούς. Διαφορετικές αρχές συμπεριφοράς διέπουν έναν αυστηρό Μωαμεθανό που ζει και εργάζεται σε μια παραδοσιακή αγροτική περιοχή της Βόρειας Υεμένης σε σύγκριση με έναν Χριστιανό που ζει στο Μόντε Κάρλο και εργάζεται σε ένα καζίνο. Διαφορετικές αρχές συμπεριφοράς διέπουν έναν Αμερικανό από την Αφρική, που και οι γονείς του και οι παππούδες του, όπως και αυτός, μεγάλωσαν σε κάποιο "γκέτο" στο Σικάγο από έναν γόνο μεγιστάνων που μεγάλωσε μέσα σε κτήματα, κότερα και πανάκριβες βίλες στη Νότια Γαλλία.

Με απλότητα ο Απόστολος Παύλος επεξηγεί αυτή τη διαφορά τρόπου ζωής λέγοντας ότι *οι κανόνες συμπεριφοράς που εμείς έχουμε σε κώδικες είναι γραμμένοι συνειδησιακά μέσα στην καρδιά μας*<sup>3</sup> και στην Ηθική του ο Παπανούτσος διατυπώνει: *"όταν ερχόμαστε στον κόσμο, όπως βρίσκουμε σχηματισμένη μια*

*έτοιμη γλώσσα, που σιγά-σιγά μαθαίνουμε να τη μιλάμε, έτσι βρίσκουμε καθιερωμένη μία έτοιμη ηθική, ένα σύστημα ηθικών κανόνων, που σιγά-σιγά συνηθίζουμε να τους σεβόμαστε και να τους τηρούμε".<sup>4</sup>*

Μετά τον Δεύτερο Παγκόσμιο Πόλεμο, ένα άλλο στοιχείο, πέραν του ατόμου, της οικογένειας και της "φυλής", αρχίζει να διαδραματίζει καθοριστικό πολιτιστικό ρόλο. Το στοιχείο αυτό, που με διάφορες μορφές έκανε την εμφάνισή του και στις πιο πρωτόγονες ανθρώπινες κοινωνίες, είναι η επιχείρηση. *Ως επιχείρηση νοούμε το σύνολο των πρωτοβουλιών που περιλαμβάνει τη διατύπωση διαδικασιών, τον συνδυασμό συντελεστών παραγωγής, την ανάληψη κινδύνων και την ικανοποίηση πραγματικών αναγκών μέσω των οποίων επιτυγχάνεται ένας συγκεκριμένος στόχος. Επιχειρηματικές δραστηριότητες δημιούργησαν τον Παρθενώνα, την ασπιρίνη ή την πρώτη ραπτομηχανή.*

Στον 21ο αιώνα συνεχίζουν να διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο τα άτομα, οι θεσμοί όπως η οικογένεια, τα κράτη. Όμως η επιχείρηση, ιδίως η διεθνής επιχείρηση, αρχίζει να γίνεται πλέον το καθοριστικό μέσον κοινωνικής πρόοδου, τεχνολογικής ανάπτυξης, διακρατικών ισορροπιών, εκπαίδευσης και αλλαγής. Όπως σε παλαιότερες εποχές ένα σωστά δομημένο και συνεχώς προσαρμοζόμενο νομικό πλαίσιο αποτελούσε την προϋπόθεση του κοινωνικώς αποδεκτού γίνεσθαι, έτσι, και κατά παράλληλο τρόπο, η σύγχρονη επιχείρηση οφείλει να έχει κοινωνικά αποδεκτές διαδικασίες, ή καλύτερα, μία επιχειρηματική ηθική διατυπωμένη με συνέπεια και κοινωνική συμβατότητα. Όπως θα δούμε στο καταληκτικό Κεφάλαιο 7, ο κώδικας επιχειρηματικής ηθικής και δεοντολογίας απορρέει από το περιβάλλον της εταιρείας, το οποίο άλλωστε είναι και καθοριστικό των αρχών της εταιρικής της διακυβέρνησης και, επομένως, και της κοινωνικής της ευθύνης.<sup>5</sup> Ο κώδικας αυτός είναι δυνατόν να αλλάζει ανάλογα με τις απαιτήσεις των καιρών ή των χώρων δραστηριοποίησης της εταιρείας.

Δέον να σημειωθεί ότι προ του 2000, ακόμη και τα πλέον διακεκριμένα πρόσωπα του επιχειρηματικού γίνεσθαι (management gurus), δεν επικέντρωσαν τη μελέτη τους σε θέματα επιχειρηματικής ηθικής. Άλλωστε η έννοια της *Βιομηχανικής Επανάστασης* διατυπώθηκε για την Αγγλία στα μέσα του 1700. Επομένως θα ήταν δύσκολο να συνειδητοποιούσε ο ερευνητής παλαιότερης πραγματικότητας τη σημερινή χρήση του όρου της *επιχειρηματικής ηθικής*.<sup>6</sup>

Σε ερώτηση κάποιου φοιτητή, ο τότε Πρόεδρος του Αμερικανικού Federal Reserve Board, ο Alan Greenspan, απάντησε: *"Για να έχεις μεγάλη πιθανότητα να τα καταφέρεις σπουδαία σε αυτόν τον κόσμο, πρέπει από την αρχή να αποφασίσεις να προχωρήσεις με ηθική"*.<sup>7</sup> Η απάντηση αυτή εδόθη σε μια συ-

νέντευξη μετά την απονομή του Enron Award for Distinguished Public Service στον Alan Greenspan στις 13 Νοεμβρίου 2001. Αξίζει να σημειωθεί ότι λίγες μέρες πριν από την απονομή, η Enron, μία από τις πιο μεγάλες αμερικανικές εταιρείες, είχε ήδη αποδειχθεί υπαίτια μεγάλων διοικητικών ατασθαλιών, αλλά το βραβείο εδίδετο μέσω του James A. Baker Institute of Public Affairs και είχε προανακοινωθεί σημαντικά νωρίτερα.<sup>8</sup>

## Τι είναι φιλοσοφία, τι είναι αλήθεια;

Στην προηγούμενη ενότητα είδαμε ότι η ηθική, ο όρος που άμεσα μας ενδιαφέρει ιδίως σε σχέση με την επιχείρηση, είναι κλάδος της φιλοσοφίας. Πώς ορίζεται λοιπόν ο όρος φιλοσοφία; Έγκριτοι σχολάρχες θα μας πουν ότι *φιλοσοφία, μία λέξη που συνθέτει τις έννοιες της φιλίας και της σοφίας, είναι:*<sup>9</sup>

- Η λογική έρευνα και αναζήτηση της φύσης των πραγμάτων και της αλήθειας των όντων και των φαινομένων, της γνώσης και των αξιών.
- Η συστηματική εξέταση του κόσμου και ο επιστημονικός κλάδος που διαμορφώνεται από αυτή την προσπάθεια.
- Η θεωρία ή το σύνολο των ιδεών που αποτελούν τη βάση ενός συγκεκριμένου γνωστικού αντικείμενου ή δραστηριότητας, κ.ο.κ.

*Φιλοσοφία λοιπόν είναι η αναζήτηση της αλήθειας, σε διάφορα επίπεδα και από διαφορετικές οπτικές γωνίες. Η φιλοσοφία δεν νοήθηκε πάντα με τον ίδιο τρόπο. Ξεκίνησε ως μια προσπάθεια καλύτερης αντίληψης του κόσμου (προσωκρατικοί φιλόσοφοι), εξελίχθηκε ως ηθική (Σωκράτης), μετά ως μεταφυσική (Πλάτων) και στη σύγχρονη εποχή έχει πάρει πολλές άλλες κατευθύνσεις. Είναι η λογική έρευνα και αναζήτηση της φύσης των πραγμάτων και της αλήθειας των όντων και των φαινομένων, της γνώσης και των αξιών. Είναι η συστηματική εξέταση του κόσμου και ο επιστημονικός κλάδος που διαμορφώνεται από αυτήν την προσπάθεια. Ακόμη, είναι η θεωρία ή το σύνολο των ιδεών που αποτελούν τη βάση ενός συγκεκριμένου γνωστικού αντικείμενου ή δραστηριότητας.*

Ας δούμε λοιπόν τι σημαίνει αλήθεια, που άλλωστε προέρχεται από το στερητικό "α" και τη "λήθη", που σημαίνει λησμονιά. Επομένως θα μπορούσε κάποιος να πει ότι αλήθεια είναι μια αναφορά σε γεγονότα ή πράγματα που δεν ξεχνιούνται.<sup>10</sup> Θα μπορούσε βεβαίως κάποιος να δεχθεί και πιο συγκεκριμένους ορισμούς. Έτσι, *αλήθεια είναι:*

- Καθετί που συμφωνεί με τα γεγονότα, με την πραγματικότητα, αυτό που όντως συνέβη ή συμβαίνει ή είναι απολύτως βέβαιο ότι θα συμβεί.

- Η πλήρης αναφορά των επιμέρους στοιχείων που συνθέτουν ένα γεγονός χωρίς απόκρυψη ή διαστρέβλωση των στοιχείων του, με παρουσίαση που βασίζεται σε επιστημονικά έγκυρη μεθοδολογία.
- Ό, τι συμφωνεί με το κοινό αίσθημα σε συγκεκριμένο τόπο και χρόνο.
- Ό, τι μπορεί να επαληθευθεί πειραματικά, κ.ο.κ.

"Τι είναι αλήθεια;" είχε ρωτήσει ο Πόντιος Πιλάτος τον Χριστό, είχαν αναρωτηθεί οι αρχαίοι Έλληνες φιλόσοφοι, συνεχίζουμε να ρωτούμε σήμερα και μάλλον η ερώτηση θα συνεχισθεί για πάντα. Τον Οκτώβριο του 2000 το περιοδικό *Forbes-ASAP* σε μια ειδική έκδοση με τον τίτλο "What Is True?" ζήτησε από μερικούς από τους πιο σημαντικούς στοχαστές της εποχής να αποδώσουν με κάποιο σύντομο κείμενο τις σκέψεις τους για το τι είναι αλήθεια. Ακολουθούν μερικές από αυτές τις σκέψεις:<sup>11</sup>

- "Στην αρχή της καριέρας μου απορροφήθηκα από την επιχείρηση της τεχνολογίας, γιατί νόμισα ότι αντιπροσωπεύει την πεμπτουσία του τι είναι κατανόηση". "Κάθε τι αλλάζει και η αλλαγή είναι καλό πράγμα". "Η ταχύτητα είναι το κλειδί για να κατανοήσουμε τι είναι πληροφορία". "Η ταχύτητα του μηνύματος είναι το μήνυμα." "Η τεχνολογία κάνει το αδύνατο δυνατό".<sup>12</sup>
- "Η αλήθεια μπορεί να μας διαφενεί ή να είναι δύσκολο να διατυπωθεί στον επιχειρηματικό κόσμο. Γι' αυτό αναγκάζομαι να χρησιμοποιώ μεταφορικές έννοιες και αναλογίες... χρόνια τώρα που η ψηφιακή επανάσταση εξελίσσεται, ζούμε σε έναν κόσμο όπου οποιαδήποτε εικόνα και οποιοσδήποτε ήχος μπορεί να μεταλλαχθεί και να επαναδιαμορφωθεί από τους ηλεκτρονικούς υπολογιστές. Αυτό δημιουργεί πολύ μεγάλες πιθανότητες για απατηλές εντυπώσεις."<sup>13</sup>
- "Ζούμε στην "εποχή της παραποίησης", γεμάτη από επιφάνειες που δεν μπορούμε να εμπιστευθούμε. Μερικές είναι ψηφιακές δημιουργίες... Δεν μπορούμε να πιστέψουμε ό,τι βλέπουμε ή ό,τι ακούμε ή ό,τι διαβάζουμε. Συχνά είναι αντιφατικά ή λανθασμένα. Ακόμη και τις αισθήσεις μας δεν μπορούμε να πιστέψουμε πάντα."<sup>14</sup>
- "Σε αυτόν τον νέο κόσμο των ανθρώπινων, οικονομικών και τεχνολογικών σχέσεων πολλοί άνθρωποι παλεύουν για να προσδιορίσουν τη μεταφορική έννοια, η οποία θα μας δώσει μια αίσθηση για το πού είμαστε τώρα... Θα γίνουμε άραγε νεότερες εκδόσεις του τέρατος Frankenstein, με σκέψεις και γεύσεις ενωμένες από μια εμπορική κουλτούρα που θα μας κάνει ακόμη πιο μοναχικούς, να ψάχνουμε απελπισμένα για συντροφιά, αγάπη και αυθεντικότητα;"<sup>15</sup>

- "Η εταιρεία, ως βασικός θεσμός για τη δημιουργία πλούτου, υπόκειται σε ουσιαστικότερες αλλαγές... Πλούτος μπορεί να παραχθεί προσθέτοντας την αξία της γνώσης σε κάθε στάδιο της ζωής ενός προϊόντος ή υπηρεσίας ή κεφαλαιοποιώντας την αξία του ψηφιακού κεφαλαίου μέσω του επιχειρηματικού δικτύου."<sup>16</sup>
- "Όταν υπάρχει απόσταση μεταξύ φαινομένων και πραγματικότητας, θεωρούμε ότι το γεγονός είναι αναληθές... Η αδικία ναρκοθετεί την αλήθεια, χωρίς αλήθεια δεν μπορεί να διαρκέσει η ειρήνη... Για να μπορέσουμε να αντιληφθούμε την ανθρώπινη δύναμη δημιουργίας, πρέπει να κατανοήσουμε τις πραγματικές διαστάσεις κάθε στιγμής."<sup>17</sup>
- "Ποτέ δεν θεώρησα ιδιαίτερα βαθυστόχαστο το συλλογισμό ότι 'η ημιμάθεια είναι επικίνδυνη'. Αλλά κάτι τέτοιο είναι σοβαρό όταν η ημιμάθεια σχετίζεται με τη φιλοσοφία. Ο επιστήμων που θα έχει τη θρασύτητα να ψάξει για την αλήθεια, θα αντιμετωπίσει φιλοσοφικές προδιαθέσεις του τύπου: 'Δεν υπάρχει απόλυτη αλήθεια. Είναι προσωπική πίστη όταν κάποιος διατυπώνει ότι η επιστημονική μεθοδολογία, περιλαμβανομένων των μαθηματικών και της λογικής, είναι ο κύριος δρόμος για την αλήθεια.'<sup>18</sup>

Στο σημείο αυτό, πριν προχωρήσουμε, ας συνοψίσουμε μερικές σκέψεις. *Το πώς οφείλει να πράττει μία σύγχρονη επιχείρηση συναρτάται με τις αρχές επιχειρηματικής ηθικής που έχει δεχθεί. Οι αρχές αυτές πηγάζουν από ένα γενικότερο πλαίσιο ηθικής που οι ιδιοκτήτες, οι εργαζόμενοι, οι πελάτες και όλοι όσοι συνδέονται με την επιχείρηση αποδέχονται ως παραδεκτά στοιχεία της κοινωνίας στην οποία βρίσκονται. Το πλαίσιο αυτό της ηθικής περιγράφεται μέσα σε ευρύτερες φιλοσοφικές αποδοχές. Ένα κεντρικό μέρος κάθε φιλοσοφίας είναι η προσπάθεια ανακάλυψης της αλήθειας. Τα ερωτήματα που θέτουν οι παραπάνω σύγχρονοι στοχαστές, τα οποία αποτελούν πολύ μικρό δείγμα αναζητήσεων της αλήθειας, είναι μέρος μιας προσπάθειας που κράτησε χιλιετίες, από τότε που πρωτοϋπήρξαν άνθρωποι. Τα παραπάνω είναι ένα απάνθισμα ανησυχιών που συναρτώνται με το πώς σήμερα βλέπουμε τις ίδιες ερωτήσεις που και ο Πλάτων και ο Περικλής και ο Καντ δοκίμασαν να απαντήσουν παλαιότερα.*

"Στον επιχειρηματικό κόσμο θέλουμε αποτελέσματα. Υπάρχει δέλεαρ στο να επιτυγχάνουμε στόχους, έστω και αν αυτό σημαίνει ότι διαχειριζόμαστε εσφαλμένα τον ανθρώπινο παράγοντα. Και φυσικά, για να πετύχουμε τους στόχους μας, μερικές φορές λέμε μη αληθή επιχειρήματα, όπως και λευκά

και μη λευκά ψέματα. ... Το ψέμα είναι μια από τις πλέον διαβρωτικές και αποσταθεροποιητικές δραστηριότητες του ανθρώπου. Όταν απομακρυνόμαστε από την αλήθεια, αρχίζουμε να δημιουργούμε συμπεριφορές που μας οδηγούν σε ένα βάλτο αβεβαιότητας... "

Tom Morris, *If Aristotle Ran General Motors:  
The New Soul of Business*<sup>19</sup>

Η σύγχρονη τεχνολογία φαίνεται ότι διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στη διατύπωση της αλήθειας. Κατ' αρχάς μας διευκολύνει να ερευνήσουμε την αλήθεια, να τη διατυπώσουμε και να την παρουσιάσουμε. Επί παραδείγματι, δύο χιλιάδες χρόνια πριν δεν θα μπορούσαμε από το γραφείο μας να διατάξουμε να έλθουν αμέσως μπροστά μας συγκεκριμένες αποδείξεις αλήθειας, έστω και αν είχαμε τη δύναμη ζωής και θανάτου που είχαν οι τότε αυτοκράτορες. Σήμερα, μέσω του διαδικτύου, των τραπεζικών δεδομένων (data banks) και των λέξεων-κλειδιά μπορούμε να έχουμε άμεσα στη διάθεσή μας για ανάλυση χιλιάδες θέματα. Σήμερα, μέσω του ηλεκτρονικού υπολογιστή μας μπορούμε να συγγράψουμε ένα σύνθετο κείμενο, να φτιάξουμε μία εντυπωσιακή παρουσίαση και να την αποστείλουμε όπου θέλουμε.

Και ας προχωρήσουμε πιο πέρα: Είναι πραγματικό ότι το "υπερσύννεφο" παρέχει σωστές πληροφορίες; Ότι τα μαζικά μέσα ενημέρωσης δίδουν αντικειμενικά προσεγμένες στατιστικές απαντήσεις; Ότι ο νέος που προωθούν αυτές τις απαντήσεις έχουν το απαραίτητο επιστημονικό υπόβαθρο και γνώση; Ότι οι διαφημίσεις που ακούμε είναι αληθείς; Ότι δεν επηρεάζουν το συνολικό γίνεσθαι για το συμφέρον ιδιαίτερων ομάδων; Ας θυμηθούμε ότι μόνο μετά την ανακάλυψη της τυπογραφίας έπαψε να χρησιμοποιείται ο άνθρωπος ως αντιγραφέας και ότι μόνο στο τελευταίο τέταρτο του αιώνα που πέρασε καθιερώθηκε σε ευρύτατη κλίμακα η ηλεκτρονική μετάδοση δεδομένων. Σήμερα, χάρη στα μέσα μαζικής ενημέρωσης μπορούμε να δούμε –μέσα σε δέκα λεπτά από τη στιγμή που συνέβησαν– τις πτώσεις των αεροπλάνων στους δίδυμους πύργους στη Νέα Υόρκη, τις επιπτώσεις των βομβαρδισμών στο Ιράκ ή να πληροφορηθούμε για μία επερχόμενη χιονοστιβάδα.

Πρέπει όμως να εξετάσουμε πώς η αλήθεια αποτυπώνεται στον επιχειρηματικό χώρο: Με λογιστικές μεθόδους! Κατ' αρχάς, η λογιστική σκέψη εμπνέει αντικειμενικότητα και αξιοπιστία. Είναι όμως αυτό αληθές; Εκατοντάδες διδακτορικές διατριβές και χιλιάδες άρθρα έχουν γραφτεί για θέματα της



σύγχρονης λογιστικής. Είναι επομένως λογικό να υπάρχει ένας και μοναδικός τρόπος συστηματικής διατύπωσης της λογιστικής σκέψης; Για όλο τον κόσμο; Για όλες τις γλώσσες; Μάλλον όχι.<sup>20</sup> Επιπλέον, η συνθετότητα της σύγχρονης λογιστικής δημιουργεί δυσκολίες στον μικρομέτοχο μιας επιχείρησης που δεν μπορεί να αντιληφθεί πώς "πάει" η εταιρεία του, τι σημαίνουν οι "δείκτες" που του παρουσιάζουν, ποιοί είναι οι κίνδυνοι από τους νέους συνεταιρισμούς της εταιρείας στην οποία επένδυσε τα χρήματα που φύλαξε για τα γηρατειά του.

Ίσως το πιο συνταρακτικό σύγχρονο παράδειγμα λογιστικής απαξίωσης εταιρείας και σωρείας ύποπτων λογιστικών χειρισμών και συνεταιρισμών είναι η Enron, η κάποτε 7η μεγαλύτερη αμερικανική εταιρεία. Μετά από σχετικές αποκαλύψεις από την αντιπρόεδρό της Sherron S. Watkins, πρώην στέλεχος της μεγάλης λογιστικής εταιρείας Arthur Andersen, η Enron πτώχευσε. Πρέπει να σημειωθεί ότι οι επίσημοι σύμβουλοι της Enron και οι ορκωτοί λογιστές της από τα γραφεία της Arthur Andersen στο Houston του Texas φέρουν σημαντική ευθύνη για τις λογιστικές ατασθαλίες που έγιναν.<sup>21</sup> Η Watkins στο γράμμα της προς το διευθυντή της Enron Kenneth L. Lay έγραφε ότι "η εταιρεία κινδυνεύει από εσωτερική έκρηξη μέσα σε ένα κύμα λογιστικών σκανδάλων".<sup>22</sup>

Ωστόσο, η ίδια η τεχνολογία μας δημιουργεί φραγμούς για την αίσθηση της αλήθειας. Οι παλαιότεροι άνθρωποι στηρίζονταν στις προσωπικές τους παρατηρήσεις και στις αισθήσεις τους για την παρατήρηση των φαινομένων ή για τη διατύπωση γνώσης. Παραμένοντας για χρόνια στο ίδιο μέρος, μελετούσαν τα άστρα, τα φυτά, τους ανθρώπους. Βεβαίωναν την ύπαρξη ή μη των φαινομένων με την όραση, την αφή, την οσμή, την ακοή. Η γνώση τους δηλαδή για τον κόσμο προερχόταν από τις άμεσες εμπειρίες τους. Τώρα όμως, ο "τεχνολογικός άνθρωπος" –ας τον ονομάσουμε homo technologicus– μπορεί να βιώνει μια εικονική πραγματικότητα χωρίς να φύγει ποτέ από το σπίτι του, μπορεί να δημιουργήσει πλασματικές εικόνες και να φέρει μπροστά του, αν και σε άυλη μορφή, έναν δεινόσαυρο, τον Τιτανικό ή μια παγκόσμια τηλεδιάσκεψη, με πειστικότερη ποιότητα ήχου, οσμής και εικόνας. Ο τεχνολογικός μας άνθρωπος μπορεί να "φορέσει" πρόσθετα μέλη που να τον κάνουν πολύ πιο ισχυρό, μπορεί να εμφανισθεί συγχρόνως μπροστά σε δεκάτομμύρια ανθρώπους, μπορεί να αλλάξει τις βασικές δομές του DNA, μπορεί να παρουσιάσει κάτι ως αληθές και, λόγω της ισχυρής επικοινωνιακής δύναμής του, να ξεκινήσει έναν πόλεμο. Εδώ επανέρχεται στο νου μας η ανάγκη να προσδιορίσουμε τα όρια μεταξύ

καλού και κακού, αλήθειας και ψεύδους, ηθικού και ανήθικου. Καταφεύγουμε λοιπόν στις σκέψεις του Χρήστου Γιανναρά: "Οι ηθικές αποτιμήσεις του 'καλού' και του 'κακού' είναι αναπόφευκτα συμβατικές. Πραγματική μπορεί να είναι μόνο η διάκριση μεταξύ της υπαρκτικής *γνησιότητας* από την υπαρκτική *αλλοτρίωση*, της αλήθειας από το ψέμα."<sup>23</sup>

Οι συλλογισμοί που προαναφέρθηκαν μας δημιουργούν μία διαφορετική αίσθηση για την αλήθεια. Ο άνθρωπος δεν βασίζεται πλέον αποκλειστικά στην αρχική έννοια των αισθήσεων για να προσδιορίσει την αλήθεια, τη λογική, τη φιλοσοφία. Ας σημειωθεί ότι στο παρόν σύγγραμμα τονίζεται ότι οι έννοιες της επιχειρηματικής ηθικής, δεοντολογίας και εταιρικής διακυβέρνησης παρουσιάζονται έντονα στην παγκόσμια, όπως και στην ελληνική, βιβλιογραφία μόνον κατά την τελευταία εικοσαετία. Προηγουμένως είχαν υπάρξει πολύ λίγες σχετικές αναφορές. Αξίζει όμως να γίνει αναφορά και στον Adam Smith, *The Theory of Moral Sentiments*, που προϋπήρξε του *The Wealth of Nations* (1776),<sup>24</sup> όπου παρουσιάζονται "αυτονόητες" για τη σύγχρονη πραγματικότητα απλοποιήσεις της σκέψης και των αισθήσεών μας.<sup>25</sup>

Αλλά ας ξεκινήσουμε από την αρχή...

## Η μελέτη της ηθικής

Στην αρχή αυτού του κεφαλαίου δώσαμε μερικούς ορισμούς περί ηθικής. Με βάση τους ορισμούς αυτούς θα μπορούσαμε να ορίσουμε ένα άτομο ως ηθικό ή ως ανήθικο. Δηλαδή εδώ έχουμε ανθρώπινη συμπεριφορά που είναι ή που δεν είναι σύμφωνη με τους αποδεκτούς νόμους περί ηθικής.

Θα μπορούσε όμως κάποιος να ισχυρισθεί ότι οι ηθικές αξίες δεν είναι ίδιες από τόπο σε τόπο, από εποχή σε εποχή, ούτε στηρίζονται σε ακλόνητα θεμέλια. Στη συνέχεια, ένα τέτοιο άτομο θα μπορούσε να αρνηθεί την ισχύ των ηθικών νόμων, να απορρίψει τη διάκριση μεταξύ καλού και κακού και να αποδεχθεί έναν τρόπο ζωής που να διέπεται από έκλυση ηθών και αναίσχυντη συμπεριφορά.

*Το άτομο αυτό δεν θα το ονομάζαμε ανήθικο, αλλά θα το χαρακτηρίζαμε αμοραλιστή.* Η λέξη αυτή προέρχεται ετυμολογικά από τα αγγλικά, όπου χρησιμοποιείται ο όρος amoral. Με άλλα λόγια, το ανήθικο άτομο ενσυνείδητα παραβιάζει τους ηθικούς νόμους, ενώ ο αμοραλιστής παραβιάζει τους ηθικούς νόμους επειδή δεν έχει ηθική συνείδηση.

Οι ορισμοί που παρουσιάζονται ανωτέρω απαιτούν την ύπαρξη μιας μεθοδολογίας στη διερεύνηση των εννοιών της ηθικής και των ηθικών νόμων. Γενικά δεχόμαστε ότι μπορούμε να προσεγγίσουμε την ανάλυση του θέματος από δύο πλευρές:

των δικαιωμάτων η οποία και μπορεί να ανατρέψει την ισχύ της προηγούμενης θεωρίας.<sup>34</sup> Η αυτονόητη σήμερα έννοια του "δικαιώματος" δεν υπήρχε πάντα. Οι σκλάβοι δεν είχαν δικαιώματα. Μόνο κατά τα τελευταία διακόσια πενήντα χρόνια, σε Συντάγματα όπως αυτό των Η.Π.Α. (1787), διατυπώθηκαν ανθρώπινα δικαιώματα, όπως για τη ζωή, την ελευθερία ή την επιδίωξη της ευτυχίας. Μόνο το 1962, για πρώτη φορά και από επίσημο στόμα, ο John F. Kennedy, μίλησε για δικαιώματα του καταναλωτή. Μόνο το 1999 ο τότε Γενικός Γραμματέας του ΟΗΕ, Κόφι Ανάν, αναφέρθηκε στις αρχές του Οικουμενικού Συμφώνου (Global Compact) και στα συναρτώμενα δικαιώματα.

Είναι αξιοπρόσεκτο ότι η βασικότερη εκκλησιαστική ρήση περί ανθρωπίνων δικαιωμάτων και δεοντολογιών που για πολλούς είναι ο χρυσός κανόνας ηθικής, *κάνε στους άλλους ό,τι αυτοί θα 'θελες να κάνουν σε σένα*, συναντάται σε κάθε μεγάλη θρησκεία στον κόσμο.<sup>35</sup> Ίσως δε, επειδή υπήρχε πάντα η ανθρωπινή έφεση της καταπίεσης του συνανθρώπου του για ίδιον όφελος, οι παγκόσμιες θρησκείες να είχαν κάποτε χρέος να διατυπώσουν αυτόν τον κανόνα. Ήταν οι κύριοι διαμορφωτές κοινωνικών αρχών. Η σημερινή επιχείρηση, αν και οι οργανωσιακοί στόχοι της είναι τελεολογικοί, αναλαμβάνοντας ολοένα και μεγαλύτερο κοινωνικό ρόλο, έχει την υποχρέωση να επανεκτιμήσει τις μεθοδεύσεις της. Η μεγάλη πλειοψηφία των διευθυντών δεν έχει πλήρως αντιληφθεί αυτή την επιχειρηματική υποχρέωση. Το Παράρτημα 3-4, που θα δούμε αργότερα, αναφέρει μερικούς "νόμους" εταιρικής δύναμης που κάθε άλλο παρά συμβιβάζονται με την έννοια της επιχειρηματικής ηθικής και που ουσιαστικά καταπιέζουν τον άνθρωπο, για ίδιο, αυστηρά προσωπικό, όφελος.

### Προσεγγίσεις ηθικής δεοντολογικής βάσης

Θα μπορούσαμε να πούμε ότι οι προσεγγίσεις ηθικής δεοντολογικής βάσης βασίζονται στη δική μας *υποσυνείδητη αίσθηση* για το τι είναι ηθικό ή στην πίστη μας ότι κάποια *ανώτερη, θεϊκή αρχή* καθορίζει τη βάση του ηθικού μας σκέπτεσθαι.

Ο Immanuel Kant συνέδεσε τη λογική και την ηθική και παρουσίασε ένα σύστημα ηθικών αρχών. Συμφωνώντας με το σκεπτικό του αλλά και παίρνοντας στοιχεία από προσεγγίσεις *κοινωνιολογικής χαρακτήρα*, ο Sir William David Ross διατύπωσε μερικές *prima facie* θέσεις, τις οποίες όλοι οι άνθρωποι πρέπει να αποδέχονται<sup>36</sup>:

- *Πιστότητα*: λέγοντας την αλήθεια, εκτελώντας τις υποσχέσεις και τις συμφωνίες μας.
- *Επανόρθωση*: διορθώνοντας ό,τι έχουμε κάνει λάθος.

- *Ευγνωμοσύνη*: αναγνωρίζοντας ό,τι καλό οι άλλοι μας έχουν κάνει.
- *Δικαιοσύνη*: αποκλείοντας τις αδικίες και προτείνοντας αξιοκρατία.
- *Αγαθοεργία*: βοηθώντας τους άλλους να προκόψουν, να γίνουν καλύτεροι, να ευτυχίσουν.
- *Αυτοεξέλιξη*: ενεργώντας έτσι, ώστε εμείς οι ίδιοι συνεχώς να βελτιωνόμαστε και να ευτυχούμε.
- *Μη κακοποίηση*: μη βλάπτοντας άλλους, ούτε δημιουργώντας συνθήκες που δύνανται να προκαλέσουν βλάβες.

Είναι ενδιαφέρον ότι οι αρχές που διατύπωσαν οι Kant και Ross πλησιάζουν πολύ τις αρχές που διδάσκονται τα τελευταία τριάντα χρόνια σε μαθήματα υποκίνησης (motivational). Είναι ενδιαφέρον ότι οι αρχές αυτές προϋπήρξαν σε κείμενα θρησκευτών. Επίσης, είναι ενδιαφέρον ότι εν πολλοίς αποτελούν επαναλήψεις παλαιότερων διδαχών από τα "Ηθικά Νικομάχεια" του Αριστοτέλη, τον Πλάτωνα, την "Αντιγόνη" του Σοφοκλή και τόσους άλλους.

Όπως φτάνουμε στην εποχή μας, δεοντολογικές και τελεολογικές σκέψεις δημιουργούν τη βάση της επιχειρηματικής κουλτούρας και, κατ' επέκταση, τη βάση των φιλοσοφικών και ηθικών κανόνων που περιγράφονται στους κώδικες δεοντολογίας. Πρέπει όμως να επαναλάβουμε ότι η εποχή της παγκοσμιοποίησης και της διεθνούς εταιρείας έχει ήδη επιβάλει νόρμες, πραγματικότητες και τρόπους συμπεριφοράς που δεν ήταν δυνατόν να προβλεφθούν από τους προγενέστερους φιλοσόφους.

## Νομικό και ηθικό πλαίσιο

Ίσως στο σημείο αυτό να πρέπει να βάλουμε μία άνω τελεία. Πολλοί συνάνθρωποί μας θα πουν ότι ηθική και νόμος είναι παράλληλα πλαίσια, θα πρέπει λοιπόν να γίνει μία επεξήγηση εφαρμογής αυτών σε κάθε ευνομούμενη πολιτεία. Σκεφθείτε το ηθικό πλαίσιο σαν έναν κύκλο και το νομικό πλαίσιο του ίδιου χώρου σαν έναν άλλο κύκλο. Οι κύκλοι αυτοί μερικώς επικαλύπτουν ο ένας τον άλλο και δεν είναι των ιδίων διαστάσεων.

Σε μερικές περιπτώσεις το νομικό πλαίσιο προπορεύεται: νομοθετεί, δημιουργεί καινούργιες νόρμες, για τις οποίες δεν έχουν διαμορφωθεί ακόμη ηθικοί κανόνες. Παραδείγματος χάριν, μερικές επιχειρήσεις με τεχνολογίες αιχμής πειραματίζονται σε γενετικές μεταλλάξεις. Η δουλειά τους είναι προσοδοφόρα και επιστημονικά πολύ σπουδαία. Παρατηρούμε ότι στο παράδειγμά μας, η πλειονότητα των ανθρώπων δεν έχει καν σκεφθεί τις ηθικές επιπλοκές της δημιουργίας ενός νέου ανθρωποειδούς, ενός μεταλλαγμένου ανθρώπου, που θα

μπορούσε να χρησιμοποιηθεί για "ανταλλακτικά" άλλων. Όμως ο νομοθέτης, μέσω των προεπιλεγμένων επιστημονικών συμβούλων του, έχει μια σαφέστερη θέση, η οποία μάλιστα μπορεί να είναι διαφορετική στην Ελβετία από ό,τι στην Καλιφόρνια.

Σε μερικές άλλες περιπτώσεις ο νομοθέτης παρεμβαίνει για να αντιμετωπίσει κρίσεις που, λανθασμένα ίσως, δεν ρυθμίσθηκαν έγκαιρα. Για παράδειγμα, στο βιβλίο αυτό, σε διάφορα σημεία, παρουσιάσθηκε η περίπτωση της Enron σε συνάρτηση ηθικών θεμάτων και εταιρικής κακοδιαχείρισης. Το Παράρτημα 2-2: Ο νόμος των Sarbanes-Oxley, εκθέτει τμήματα αυτού του νόμου, που ψηφίσθηκε από την Αμερικανική Βουλή αφού η Enron, όπως και πολλές άλλες εταιρείες, ουσιαστικά παραβίασαν άγραφους ηθικούς νόμους.

Τέλος, υπάρχουν περιπτώσεις όπου το ηθικό πλαίσιο προπορεύεται του νομικού. Οι πελάτες πιστεύουν ότι έχουν δικαιώματα, τα οποία όμως δεν έχουν διατυπωθεί με σαφήνεια στο νόμο<sup>37</sup>, αλλά σταδιακά θα υπάρξουν νομοθετικές ρυθμίσεις. Εν τω μεταξύ, προηγμένες εταιρείες έχουν αντιληφθεί τις τάσεις της αγοράς και εμπορικά καλύπτουν ό,τι οι καταναλωτές κρίνουν ως ηθικά αναγκαίο.

Οφείλουμε όμως να αναλογισθούμε αν είναι δυνατόν να υπάρχει ένα επιχειρηματικό ηθικό πλαίσιο μέσα σε μια κοινωνική δομή, η οποία αντικειμενικά πάσχει από πλευράς ηθικότητας και αν να, κάτω από ποιές συνθήκες. Μήπως, ενίοτε, η καλοστημένη επιχείρηση προπορεύεται του συνολικού τρόπου σκέπτεσθαι ενός λαού και του επιβάλλει ηθικές νόρμες; Για να γίνει το θέμα πιο αντιληπτό, ας δούμε στον Πίνακα 1-1 πώς κατατάσσονται από πλευράς διαφθοράς μερικές από τις χώρες που περιλαμβάνονται σε αυτόν το δείκτη.<sup>38</sup> Ο αριθμός που ακολουθεί είναι η βαθμολογία των διαφόρων κρατών για το 2019 και η αντίστοιχη σειρά κατάταξης, σύμφωνα με το Transparency International.

Προσοχή όμως! Για την επιχείρηση το θέμα διαφθοράς δεν σταματά σε δείκτες και πίνακες. Η διαφθορά μιας χώρας άμεσα συσχετίζεται με τη νομοθετική της δεοντολογία και συνδέεται πολλαπλά με σωρεία επιχειρηματικών δραστηριοτήτων από την ποσότητα και τον τύπο άμεσων ξένων επενδύσεων μέχρι την κουλτούρα του λαού, την κοινωνική ευθύνη ή την εταιρική διακυβέρνηση των επιχειρήσεων.<sup>39</sup>

*Καταλήγουμε λοιπόν ότι οι επιχειρήσεις δεν έχουν παρά συμβατικές υποχρεώσεις και νομικές ευθύνες. Η ηθική των επιχειρήσεων είναι κατά το δοκούν αυτών. Τα τυχόν ηθικά διλήμματα αφορούν κυρίως τους ιδιοκτήτες-μετόχους, το Διοικητικό τους Συμβούλιο και τα διευθυντικά τους στελέχη.*

Το κεφάλαιο που ακολουθεί περιγράφει μερικά νέα στοιχεία της εποχής μας που ίσως δεν ερμηνεύονταν αποτελεσματικά από τις παλαιότερες φιλοσοφικές, ηθικές και νομικές θέσεις και προσεγγίσεις.

## ΠΙΝΑΚΑΣ 1-1

Κατάταξη χωρών (2019) σύμφωνα με τον δείκτη αντίληψης διαφθοράς (corruption perception index), score/100 και σειρά κατάταξης, επί 180 κρατών

Δανία - Νέα Ζηλανδία	87	1
Φινλανδία	86	3
Ελβετία – Σιγκαπούρη – Σουηδία	85	4
Νορβηγία	84	7
Ολλανδία	82	8
Γερμανία	80	9
Αγγλία – Αυστραλία – Αυστρία - Καναδάς	77	12
Βέλγιο	75	17
Ιαπωνία	73	20
Γαλλία - Ηνωμένες Πολιτείες	69	23
Ισπανία	62	30
Ισραήλ	60	35
Κύπρος	58	41
Ιταλία	53	51
<b>Ελλάς</b>	<b>48</b>	<b>60</b>
Βουλγαρία	43	74
Κίνα	41	80
Τουρκία	39	91
Αίγυπτος – Αλβανία – Αλγερία – Βραζιλία	35	106
Ρωσία	28	137
Νιγηρία	26	146
Β. Κορέα	17	172
Αφγανιστάν	16	173
Σομαλία	9	180

Πηγή: Transparency International, [www.transparency.org](http://www.transparency.org), 12 Ιανουαρίου 2021.