

Papeški svet Pravičnost in mir



# POSLANSTVO KRŠČANSKEGA POSLOVNEŽA

RAZMIŠLJANJE

Papeški svet Pravičnost in mir

**POSLANSTVO  
KRŠČANSKEGA POSLOVNEŽA**



Papeški svet  
Pravičnost in mir

**POSLANSTVO  
KRŠČANSKEGA  
POSLOVNEŽA**

**RAZMIŠLJANJE**

Družina  
Ljubljana  
2014

Papeški svet Pravičnost in mir  
POSŁANSTVO KRŠČANSKEGA POSŁOVNEŽA  
Razmišljanje

Izvirnik  
PONTIFICAL COUNCIL FOR JUSTICE AND PEACE,  
VOCATION OF THE BUSINESS LEADER – A REFLECTION  
Rim 2012

© Libreria Editrice Vaticana, Roma 2012  
© Družina, d. o. o., 2014

2. izdaja  
Izdalo Združenje krščanskih poslovnežev Slovenije,  
zanj dr. Drago Rudel

Urednik: Rafko Valenčič  
Prevod: Leon Jagodic  
Spremna beseda: Janez Gril  
Jezikovni pregled: Marija Bratina  
Prelom: Družina, d. o. o.  
Zanjo: Tone Rode  
Naklada: 300 izvodov  
Tisk: Tiskano v Sloveniji  
Ljubljana: 2014



Več informacij o knjigah založbe Družina dobite na [WWW.DRUZINA.SI](http://WWW.DRUZINA.SI)

CIP - Kataložni zapis o publikaciji  
Narodna in univerzitetna knjižnica, Ljubljana

174-057.177:27

POSŁANSTVO krščanskega poslovneža : razmišljanje / [pripravil] Papeški svet Pravičnost in mir ; [prevod Leon Jagodic ; spremna beseda Janez Gril]. - 2. izd. - Ljubljana : Družina, 2014

ISBN 978-961-04-0107-0

275258880

## SPREMNA BESEDA

*Papeški svet Pravičnost in mir je ena izmed osrednjih ustanov katoliške Cerkve, ki v luči njenega družbenega nauka skrbi za spoštovanje temeljnih človekovih pravic v Cerkvi in družbi ter opozarja na različne družbene krivice, ki jih trpijo posamezniki ali skupine ljudi. Za doseg svojih ciljev organizira različna strokovna posvetovanja in seminarje, na katere vabi strokovnjake za družbeno pravičnost z vsega sveta. Svoja stališča in dokumente posreduje javnosti in jih tudi objavlja.*

*V letu 2011 je ta Papeški svet skupaj še z nekaterimi drugimi znanstvenimi inštituti pripravil mednarodni seminar z naslovom: Logika daru in pomen podjetništva. Sad tega posvetovanja je besedilo, ki ga sedaj v zbirki Cerkveni dokumenti izdajamo tudi v slovenskem jeziku. Namenjeno je predvsem krščanskim podjetnikom in poslovnežem. Pobudo za slovensko izdajo je dalo Združenje krščanskih poslovnežev Slovenije (ZKPS), ki je del istoimenskega svetovnega združenja – UNIAPAC. Z dokumentom oziroma z njegovimi idejami in stališči želi seznaniti tudi druge slovenske poslovneže in politike ter jih spodbuditi k skrbi za pravične in poštene odnose na področju gospodarstva in upravljanja. Zelo pomembno je, da smo z njegovo vsebino seznanjeni tudi duhovniki in sodelavci na župnijah.*

*Poslanstvo krščanskega poslovneža je pristno človeški in krščanski poklic. Pomembno je tako za življenje Cerkve kot za gospodarstvo. Naloga poslovnežev je, da v okviru tržnega gospodarstva ustvarjajo in razvijajo dobrine in storitve za kupce in za skupnost. Če različni gospodarski sistemi želijo doseči svoj cilj, ki je pospeševanje skupnega dobrega, morajo delovati po načelih, ki so utemeljena na resnici, svobodi in ustvarjalnosti.*

*Dokument opozarja na pomen človeškega dostojanstva in skupnega dobrega. Poslovneže vabi, naj ju upoštevajo pri vodenju podjetij. Najpomembnejša načela so: »Načelo zadovoljevanja potreb sveta z dobrinami, ki so resnično dobre in ki resnično služijo ...; načelo organizacije dela v podjetjih na način, ki spoštuje človeško dostojan-*

*stvo; na načelo subsidiarnosti, ki spodbuja duha pobude in povečuje kompetence zaposlenih; in končno na načelo trajnostnega ustvarjanja bogastva in njegove pravične delitve med različne déležnike.«*

*V predgovoru je predsednik Papeškega sveta Pravičnost in mir kardinal Peter K. A. Turkson zapisal, da Cerkev ne neha upati, »da bodo krščanski poslovneži kljub trenutni temi spet vzpostavili zaupanje, navdihnili upanje in ohranili luč vere, ki oživlja njihovo vsakdanje prizadevanje za dobro.« Krščanska vera ni samo luč, ki gori v srcih vernih, ampak je tudi gonilna sila človeške zgodovine. Poslovnežu omogoča bolje videti, presojati in delovati.*

*Dokument našteva naslednja glavna znamenja časa, ki jih srečujemo v poslovnem svetu: globalizacijo, nove komunikacijske tehnologije, prevlado finančnega sektorja in širše družbene spremembe. Globalizacija je sicer povečala učinkovitost in nove možnosti poslovanja, a je hkrati povzročila ekonomsko zmedo ter zmanjšala bogastvo kulturnih razlik. Nove komunikacijske tehnologije so omogočile večje medsebojne povezave in rešitve ter znižale stroške izdelkov, a so hkrati povzročile medijsko prenasičenost in prehitro sprejemanje odločitev. Prevlada finančnega sektorja se kaže v želji, da bi človeško delo naredili za tržno blago in na prvo mesto namesto skupnega dobrega postavili osebno bogastvo in kratkoročne koristi. Širše družbene spremembe vodijo v vse večji individualizem, povečano število razbitih družin in v koristolovsko prezaposlenost s samim seboj.*

*Dobre poslovne odločitve nastajajo ob upoštevanju človekovega dostojanstva in služenja skupnemu dobremu. Pri tem morajo poslovneži poskrbeti, da dobrine in storitve služijo pristnim človeškim potrebam, ter prevzeti odgovornost za njihove družbene in okoljske posledice. Prav tako morajo prevzeti odgovornost za plodovito in smiselno organizacijo dela, ki bo spoštovala človekovo dostojanstvo zaposlenih in njihovo pravico do razvoja na delovnem metu. Skrbeti morajo tudi za modro upravljanje z viri, ki bo ustvarjalo tako dobiček kot tudi trajnostno bogastvo.*

*Poslanstvo poslovnežev in drugih voditeljev je pomembnejše kot pa finančni uspeh. Svoje poslovno delo naj združujejo z duhovnim*

življenjem, vrednotami in načeli. Dokument uvaja zelo nenavadno definicijo podjetja: Podjetje je občestvo ljudi. Namen podjetja ni samo pridobivanje dobička, ampak tudi uresničevanje občestva ljudi, ki na različne načine težijo k doseganju svojih temeljnih koristi in sestavljajo posebno družbeno skupino. Pojem je povezan z etimološko vsebino besed kompanija in korporacija, ki izhajata iz latinščine in pomenita podjetje. Prva pomeni skupaj lomiti kruh, druga pa skupino ljudi, združenih v eno telo.

Takšno gledanje na podjetje presega zgolj pogodbeno razmerja in skupne interese, saj nakazuje zavezanost dobrinam, ki jih delimo z drugimi. Podjetje ni zgolj skupnost deležev, je tudi socialna moč dela, ki gradi skupnost. Dokument poziva krščanske poslovneže in njihova združenja, »naj bodo priče dejanj, ne samo pasivni uporabniki, ampak protagonisti družbenega nauka Cerkve«.

V sklepnem delu avtorji dokumenta ugotavljajo, da so izzivi, pred katere sta postavljena poslovni svet in današnja kultura, zelo veliki. Zato tudi poslovneži potrebujejo pomoč in družbeno podporo, ki jim jo lahko dajo družina, Cerkve, šola. Lahko se naslonijo tudi na družbeno izročilo Cerkve. Krščanski poslovneži niso prišli na svet po pogodbi ali s tržno menjavo, ampak jim je bilo življenje podarjeno. Zato potrebujejo izobraževanje in podporo. Prav temu je namenjeno tudi besedilo Poslanstvo krščanskega poslovneža.

Bralce vabim, da ga skrbno preberete in se o njem pogovorite. Ne samo doma v krogu družine, temveč tudi širše, v službi in delovnem okolju. Pri tem si lahko pomagata s svojevrstnim vprašalnikom za izpraševanje vesti poslovneža, ki je priložen dokumentu, in poskušate nanj tudi sami odgovoriti. Vredno je poskusiti!

Dokument je tudi odlično gradivo za poglobljene sestanke župnijskih gospodarskih svetov.

dr. Janez Gril  
član Upravnega odbora ZKPS



## PREDGOVOR

Od 24. do 26. februarja 2011 smo na *Papeškem svetu Pravičnost in mir* v sodelovanju z *Inštitutom Johna A. Ryana za katoliški družbeni nauk* pri Centru za katoliške študije Univerze sv. Tomaža in ustanovo *Ecophilos* pripravili seminar z naslovom *Ljubezen v resnici: Logika daru in pomen podjetništva*. Srečanje je sledilo konferenci *Ljubezen v resnici in Združenih državah Amerike*, ki jo je oktobra 2010 Svet pripravil skupaj z *Inštitutom za napredne katoliške študije* v Los Angelesu, in je nadaljevalo z raziskavami poslovnih organizacij v luči socialne okrožnice papeža Benedikta XVI. *Ljubezen v resnici*. Obe srečanji pa sta izhajali iz trdnega prepričanja Cerkve, da je vsak kristjan poklican k udeležanju ljubezni v skladu s svojim poklicem in vplivom v *polisu* (*Ljubezen v resnici*, 7).

Poslovneži, univerzitetni profesorji in strokovnjaki s področja ekonomije so na seminarju *Ljubezen v resnici: Logika daru in pomen poslovanja* sodelovali na poseben način. Njihove razprave so se namreč osredotočale na že zbrana besedila, ki so bila vnaprej pripravljena in objavljena, kar je olajšalo razpravo na tem tridnevem seminarju na *Papeškem svetu Pravičnost in mir*.

Delovni dnevi so bili intenzivni in bogati. Sklep srečanja pa je bil, da je potrebno pripraviti neke vrste *priročnik (vademekum)* za poslovneže, priročnik, ki bi ga profesorji lahko uporabljali za formacijo in predavanja v šolah in na univerzah. In tako so nastala razmišljanja, ki so zajeta v delu *Poslanstvo krščanskega poslovneža*. Delo ima namen biti učni pripomoček in govori o poslanstvu (poklicanosti) poslovnežev, ki delujejo v širokem spektru različnih poslovnih organizacij: v zadrugah, mednarodnih korporacijah, družinskih podjetjih, socialnih podjetjih, v profitnih in neprofitnih organizacijah itd., ter o izzivih in priložnostih, ki jim jih v kontekstu intenzivnih tehnoloških komunikacij, kratkoročnih usmeritev finančnega sektorja in velikih kulturnih sprememb ponuja poslovni svet.

Poslovneži so poklicani k temu, da se s sodobnim svetom gospodarstva in financ soočajo v luči načel *človeškega dostojanstva in skupnega dobrega*. To razmišljanje njim samim, članom njihovih institucij in različnim zainteresiranim ponuja nekaj *praktičnih načel*, s pomočjo katerih bodo lahko služili skupnemu dobremu. Med temi načeli naj še posebej opozorimo na načelo *zadovoljevanja potreb sveta* z dobrinami, ki so *resnično dobre* in ki *resnično služijo*, ne da bi pri tem pozabili na potrebe revnih in ranljivih, ampak bi bili z njimi solidarni; na načelo *organizacije dela v podjetjih* na način, ki *spoštuje človeško dostojanstvo*; na načelo *subsidiarnosti*, ki spodbuja duha pobude in povečuje kompetence zaposlenih – ki so 'so-podjetniki'; in končno na načelo *trajnostnega ustvarjanja bogastva* in njegove *pravične delitve* med različne deležnike.

V teh težkih časih za svetovno gospodarstvo, ko je mnoge poslovneže prizadela kriza, ki je močno zmanjšala prihodke njihovih podjetij, ogrozila njihovo preživetje in mnoga delovna mesta, Cerkev ne neha upati, da bodo krščanski poslovneži kljub trenutni *temi spet* vzpostavili zaupanje, navdihnili upanje in ohranili luč vere, ki oživlja njihovo vsakdanje prizadevanje za dobro. Konec koncev je potrebno poudariti, da krščanska vera ni samo luč, ki gori v srcih vernih, ampak tudi gonilna sila človeške zgodovine.

Peter K. A. kardinal TURKSON  
+ Mario Toso, škof

# POSLANSTVO KRŠČANSKEGA POSLOVNEŽA

## POVZETEK

Če poslovni svet in tržno gospodarstvo delujeta pravilno in sta usmerjena v služenje skupnemu dobremu, veliko prispevata h gmotni, pa tudi duhovni blaginji družbe. Izkušnje iz zadnjega časa pa kažejo, da lahko napake v poslovanju in trgovanju povzročijo tudi škodo. Velike spremembe naše dobe – globalizacija, komunikacijske tehnologije in vse večja prevlada finančnega sektorja – imajo sicer prednosti, vendar pa povzročajo tudi težave: neenakost, ekonomsko zmedo, prenasičenost z informacijami, finančno nestabilnost in mnoge druge pritiske, ki ovirajo služenje skupnemu dobremu. Poslovneži, ki delujejo v skladu z družbenoetičnimi načeli, ki se v življenju kažejo kot kreposti in jih kristjanom osvetljuje evangelij, pa so lahko vseeno uspešni in obenem prispevajo k skupnemu dobremu.

Težave pri služenju skupnemu dobremu so sicer mnogovrstne – pomanjkanje vladavine prava, korupcija, nagnjenost k pohlepu, slabo upravljanje z viri – vendar pa je za poslovnega voditelja na osebni ravni največja težava 'notranje razdeljeno' življenje. To je neskladnost med vero in vsakdanjim poslovnim delovanjem, ki lahko vodi v neuravnovešenost in nezdravo navezanost na posvetni uspeh. Druga možnost pa je v veri ukoreninjeno 'vodenje, navdihnjeno s služenjem', ki daje poslovnim voditeljem širšo perspektivo in jim pomaga krmariti med zahtevami poslovnega sveta in tistimi družbenoetičnimi načeli, ki jih kristjanom osvetljuje evangelij. To lahko razložimo s tremi stopnjami: *videti*, *presojati* in *delovati*, čeprav je jasno, da so vsi trije vidiki med seboj globoko povezani.

*VIDETI* izzive in priložnosti v poslovnem svetu je težko zaradi mnogih dejavnikov, tako dobrih kot slabih. Med njimi so tudi štiri glavna 'znamenja časa' poslovnega sveta.

- *Globalizacija* je povečala učinkovitost in odprla mnogo novih možnosti za poslovanje, njena slaba stran pa so vse večja neenakost, ekonomska zmeda, uničevanje bogastva kulturnih razlik in nezmožnost vlad, da bi ustrezno uravnale kapitalske tokove.

- *Komunikacijske tehnologije* so omogočile močnejše medsebojno povezovanje, nove rešitve in izdelke ter zniževanje stroškov, vendar pa večja hitrost prinaša tudi prenasičenost z informacijami in prehitro sprejemanje odločitev.

- *Financionalizacija – prevlada finančnega sektorja* po vsem svetu je v poslovnem delovanju okrepila težnje, da bi človeško delo napravili za tržno blago in da bi si namesto prizadevanja za skupno dobro za svoj glavni cilj postavili kar največje bogastvo in kratkoročne koristi.

- Širše *kulturne spremembe* naše dobe pa so nas pripeljale v vse večji individualizem, v povečevanje števila razbitih družin in v koristolovsko prezaposlenost s samim seboj in s tem, »kar je dobro zame«.

Sicer imamo na voljo več osebnih dobrin, nam pa zelo manjka skupnih. Poslovneži se namreč vse bolj osredotočajo na ustvarjanje čim večjega bogastva, zaposleni se ukvarjajo predvsem s svojimi pravicami, porabniki pa zahtevajo takojšnjo zadovoljitev za najnižjo mogočo ceno. In ker so vrednote postale relativne, pravice pa pomembnejše od dolžnosti, se pogosto izgubi pripravljenost za služenje skupnemu dobremu.

*PRESOJATI*: Dobre poslovne odločitve so tiste, ki izhajajo iz temeljnih načel, kot sta spoštovanje človeškega dostojanstva in služenje skupnemu dobremu, in ki razumejo podjetje kot občestvo ljudi. Na praktični ravni pa mora biti poslovnež pozoren na:

- ustvarjanje dobrin in storitev, ki služijo pristnim človeškim potrebam, pri tem pa mora prevzeti odgovornost za druž-

bene in okoljske posledice proizvodnje ter dobavne in prodajne verige. Služiti je potrebno skupnemu dobremu in iskati priložnosti za služenje ubogim.

- organizacijo dela na tak način, da bo to plodovito in smiselno, pri tem pa naj spoštuje *človeško dostojanstvo* zaposlenih in njihovo pravico do razvoja na delovnem mestu ('delo je za človeka' in ne 'človek za delo'). Delovna mesta naj bodo organizirana v skladu z načelom *subsidiarnosti*, zaposlene pa je potrebno poučiti, usposobiti in jim zaupati, da se bodo pri svojem delu kar najbolj potrudili.

- modro upravljanje virov, ki naj ustvarjajo tako dobiček kot blaginjo ter trajnostno bogastvo, to bogastvo pa je potrebno tudi *pravično* deliti. To pomeni pravično plačilo za zaposlene, pravične cene za stranke in dobavitelje, pravične davke družbi in pravičen donos lastnikom.

*DELOVATI*: Poslovneži lahko uresničujejo svoje želje in ob tem sledijo svojemu poslanstvu, ki pa je veliko več kot zgolj finančni uspeh. Če namreč svoje življenje in delo združujejo z darovi duhovnega življenja, z vrednotami in družbenoetičnimi načeli, lahko presežejo notranje razdeljeno življenje ter prejmejo milost, s pomočjo katere pospešujejo celostni razvoj vseh, ki so vpeti v delovanje njihovega podjetja. Cerkev zato poziva krščanske poslovneže, naj *prejemajo* – in se pri tem Bogu ponižno zahvaljujejo za to, kar je naredil zanje – in *dajejo* – ter s tem vstopajo v občestvo z drugimi in tako ustvarjajo boljši svet. *Praktična modrost* naj oblikuje lotevanje njihovega poslovanja in naj jih spodbuja, da na izzive sveta ne bi odgovarjali s strahom ali brezobzirnostjo, ampak s krepostmi, kot so vera, upanje in ljubezen. Ta dokument hoče spodbujati in navdihovati poslovneže in druge, ki delujejo v poslovnem svetu, naj pri svojem delu *vidijo* izzive in priložnosti, naj jih *presojajo* v skladu z družbenoetičnimi načeli, ki jih kristjanom osvetljuje evangelij, in naj *delujejo* kot voditelji, ki služijo Bogu.

## UVOD

1. V evangeliju nam Jezus pravi: »Od vsakega, ki mu je bilo dano veliko, se bo veliko zahtevalo, in komur so veliko zaupali, bodo od njega še več terjali« (Lk 12,48). Poslovnežem je bila dana velika moč, Gospod pa od njih terja, naj storijo velike reči. To je vaše poslanstvo. Zgolj v teh nekaj kratkih letih našega stoletja so številna podjetja razvila sijajne inovacije, ki zdravijo bolezni, s pomočjo tehnologije povezujejo ljudi med seboj in ustvarjajo blaginjo še na številne druge načine. Na žalost pa je to stoletje prineslo tudi poslovne škandale in resne gospodarske težave ter uničilo zaupanje v poslovne subjekte in institute prostega trga na splošno. Krščanski poslovneži so zato v našem času poklicani, naj pričujejo za vero, naj živijo trdno upanje in izkazujejo dejavno ljubezen.

2. Če podjetja in trgi na splošno pravilno delujejo in jih vlade učinkovito usmerjajo, nenadomestljivo prispevajo h gmotni, pa tudi k duhovni blaginji človeštva. Če namreč podjetja poslujejo pravično in učinkovito, kupci dobijo dobrine in storitve po poštenih ceni, zaposleni dobro opravijo svoje delo in zaslužijo za vsakdanji kruh zase in za svoje družine, investitorji pa dobijo razumen donos za svojo investicijo. Ob tem skupnost vidi, kako se skupne dobrine porabljajo za nekaj dobrega; tako se krepi skupno dobro.

3. Če imajo podjetja dobro vodstvo, dejavno krepijo dostojanstvo zaposlenih in prispevajo k razvoju vrednot, kot so solidarnost, praktična modrost, pravičnost, disciplina in mnoge druge. Sicer je družina prva šola življenja v družbi, toda podjetja prav tako kakor mnoge druge družbene ustanove nadaljujejo vzgojo ljudi za vrednote. Še posebej vzgajajo tiste mlade može in žene, ki zapuščajo svoje primarne družine in izobraževalne ustanove ter iščejo svoj prostor v družbi. Tisti, ki izhajajo z obrobja družbe in jim grozi družbena osamitev, ga lahko najdejo tudi v podjetjih. Poleg tega podjetja pospešujejo zdravo medsebojno odvisnost med ljudmi različnih narodov, saj pospešujejo take načine medsebojnega so-

delovanja, ki so koristni za vse vpletene. Tako postajajo gonilna sila kulturnega zблиževanja ter pospeševalci miru in blaginje.

4. Vse mogoče koristi spodbujajo Cerkev, da se živo zanima za poslovni svet. Kjer namreč podjetja uspevajo, se lahko življenje ljudi znatno izboljša, kjer pa ne, se lahko zelo poslabša. Tržno gospodarstvo mora temeljiti na prizadevanju za skupno dobro v svobodi, toda svoboda brez resnice vodi v neurejenost, nepravičnost in družbeno razdrobljenost. Brez načel, ki nas usmerjajo, in brez vodenja v skladu z vrtilinami lahko namreč podjetja postanejo kraj, kjer kratkoročne koristi zatirajo pravičnost, kjer moč spodkopava modrost, kjer tehnična orodja teptajo človeško dostojanstvo in kjer osebni interes potiska skupno dobro na obrobje.

5. Še posebej bi radi nagovorili krščanske poslovneže, ki v središču svojega delovanja postavljajo globok notranji občutek, da jih Bog kliče, naj sodelujejo pri stvarjenju. Le-ti imajo namreč pomembno vlogo pri pospeševanju in uveljavljanju družbenoetičnih načel, saj se pri svojih vsakdanjih opravilih, kjer je to na mestu, opirajo na katoliško družbeno tradicijo. Obenem pa bi radi nagovorili tudi vse poslovneže dobre volje, ki lahko vplivajo na ravnanje, vrednote in vedenje ljudi, ki so del njihovih podjetij. Poslovneži vseh vrst, od generalnih direktorjev in vodij oddelkov pa do tistih z neformalnim vplivom, imajo namreč ključno vlogo pri razvoju gospodarskega življenja in ustvarjanju pogojev za to, da bi se lahko vsi ljudje znotraj poslovnih subjektov celostno razvijali. Ti subjekti pa so mnogovrstni in med seboj različni; med njimi so zadruge, mednarodne korporacije, mala 'start-up' podjetja, podjetja v lasti delavcev, družinska in socialna podjetja, zavodi, samostojni podjetniki, javno-zasebna partnerstva in druge profitne in neprofitne organizacije. Nekatera izmed teh podjetij so delniške družbe, večina pa je v zasebni lasti. Nekatera imajo prihodke večje od številnih držav, večina pa je majhnih. Nekatera so v lasti na tisoče investorjev, druga v lasti posameznika ali družine. Nekatera so pravno opredeljena kot profitne organizacije, druga pa z novim pravnim pojmom imenujemo 'socialna podjetja' in imajo

poseben status. Obstaja torej veliko različnih oblik podjetij, papež Benedikt XVI. pa je spodbujal tudi križanje med njimi.<sup>1</sup>

6. Poslanstvo poslovneža je pristno človeški in krščanski klic. Le stežka bi preveč poudarili, kako pomembno je to poslanstvo za življenje Cerkve in za gospodarstvo. Poslovneži so poklicani k temu, da v okviru tržnega gospodarstva ustvarjajo ter razvijajo dobrine in storitve za kupce in skupnost. Da pa bi različni gospodarski sistemi dosegli svoj cilj, to je pospeševanje skupnega dobrega, morajo biti organizirani po načelih, ki so utemeljena v resnici, zvestobi zavezam, svobodi in ustvarjalnosti.

7. Krščanski poslovneži imajo posebno vlogo pri razkrivanju stvarstva. Ne samo, da zagotavljajo dobrine in storitve ter da jih s pomočjo dosežkov in uspehov znanosti in tehnologije neprestano izboljšujejo, ampak tudi sodelujejo pri razvoju organizacij, ki bodo to delo opravljale v prihodnosti. Blaženi Janez Pavel II. v okrožnici *O človeškem delu* opominja: »Po božji podobi ustvarjeni človek s svojim delom sodeluje s Stvarnikovim delom in ga v mejah človeških možnosti nekako še naprej razvija in spopolnjuje, ko neprestano napreduje v odkrivanju zakladov in vrednot, ki so skrite v celotnem stvarstvu.«<sup>2</sup>

8. Najpomembnejši način, na katerega lahko poslovneži sodelujejo pri odkrivanju stvarstva, pa je razvoj plodovite organizacije. In če se zavedajo, da s tem, ko vodijo plodovito organizacijo, sodelujejo pri Stvarnikovem delu, lahko spoznajo tudi kako velika in izjemna je odgovornost, ki jo nosijo zaradi svojega poslanstva.

9. Vsa podjetja imajo možnost postati gonilna sila za krepitev dobrega v katerikoli družbi in številni podjetniki si prizadevajo živeti tako, da bi izpolnili to svojo moralno in ekonomsko zavezo. Vendar pa lahko na poti do uresničitve tega cilja naletijo tudi na številne ovire. Nekatere izmed njih, kot so odsotnost vladavine

---

<sup>1</sup> Benedikt XVI., *Okrožnica Ljubezen v resnici – Caritas in veritate*, Cerkevni dokumenti 127, Družina, Ljubljana 2009, 38 in 40.

<sup>2</sup> Janez Pavel II., *Okrožnica O človeškem delu – Laborem exercens*, Cerkevni dokumenti 13, Družina, Ljubljana 1981, 25.



prava ali mednarodnih uredb, korupcija, nezdrava konkurenca, pajdaški kapitalizem, čezmerno vmešavanje države ali kultura, ki je sovražna do podjetništva v tej ali oni obliki, so zunanje, zato imajo voditelji običajno le malo možnosti, da bi vplivali nanje. Druga vrsta ovir so notranje, kot so ravnanje z zaposlenimi, kot da so zgolj 'viri', ali s podjetjem, kot da je zgolj tržno blago, zavračanje ustreznega vladnega nadzora trga, služenje denarja z izdelki, ki niso resnično dobri, ali s storitvami, ki v resnici ne služijo, ter uničevalno izkoriščanje naravnih in človeških virov.

10. Glavna ovira na osebni ravni pa je *razdeljeno življenje* voditeljev ali, kot ga opisuje drugi vatikanski cerkveni zbor, »razklanost med vero, ki jo izpovedujejo, in njihovim vsakdanjim življenjem«. Koncil je to razklanost uvrstil »med največje zablode našega časa«. <sup>3</sup> Ločitev zahtev vere od dela v podjetju je namreč huda zabloda, ki povzroča veliko škode, ki jo v današnjem svetu storijo podjetja; sem sodi preobremenjenost z delom, ki škoduje družini in duhovnemu življenju, obsedenost z močjo, s čimer poslovneži škodujejo sami sebi, in zloraba gospodarske moči z namenom ustvarjanja še večjega zaslužka. Glede tega Cerkev ostaja zvesta Jezusovim besedam: »Nihče ne more služiti dvema gospodarjema; ali bo prvega sovražil in drugega ljubil ali pa se bo prvega držal in drugega zaničeval. Ne morete služiti Bogu in mamonu« (Mt 6,24). Poslovneži, ki s svojim poklicnim življenjem ne služijo bližnjim in Bogu, praznino smisla zapolnijo z manjvrednim nadomestkom. Razdeljeno življenje namreč ni urejeno in notranje skladno: je v temelju neurejeno in zato ne more odgovarjati na Božji klic.

11. Tovrstna razcepljenost pa lahko v končni fazi pripelje do malikovanja, ki je vse prepegosta poklicna bolezen v poslovnem svetu in ogroža tako posameznike kot tudi organizacije. Malikovanje pomeni, da smo zavrnil vabilo v odnos z ljubečim Stvarnikom in storili tako kot Izraelci pod goro Sinaj, ki so si izdelali zlato

---

<sup>3</sup> Pastoralna konstitucija Cerkev v sedanjem svetu – *Gaudium et spes*, 1965, 43; v: *Koncilski odloki: Konstitucije, odloki, izjave, poslanice 2. vatikanskega vesoljnega cerkvenega zbora (1962-1965)*, Družina, Ljubljana 1995.

tele in ga častili. Zlato tele je namreč simbol čaščenja *nepravega boga*, ki izhaja iz zgrešene ideje o resničnem uspehu.<sup>4</sup> V sodobnem svetu najdemo mnogo primerov zlatega teleta. Pojavijo se, ko je »edino merilo proizvodnje v najvišjem možnem dobičku«;<sup>5</sup> ko je razvoj tehnologije namenjen samemu sebi; ko si prizadevamo za osebno bogastvo in politični vpliv, pri tem pa ne služimo skupnemu dobremu; ali ko prevladuje utilitarno in koristolovsko mišljenje. Vsako izmed teh 'zlatih telet' pomeni neke vrste obsedenost, čeprav se običajno trudi, da bi bilo tudi razumsko utemeljeno. Vsak ima sposobnost, da nas »pre-vzame«, kot pravi papež Benedikt XVI. v svoji okrožnici *Ljubezen v resnici*,<sup>6</sup> zato morajo biti poslovneži še posebej previdni, da se uprejo čaru malikovanja.

12. Veliki pritiski, s katerimi se soočajo krščanski poslovneži, lahko pripeljejo do tega, da pri svojih vsakdanjih poklicnih opravilih pozabijo na evanđeljski klic. To jih lahko tako zavede, da postanejo – zmotno – prepričani, da je njihovo poklicno življenje nezdrujljivo z duhovnim. Pretirano začnejo zaupati v gmotne dobrine in/ali posvetni uspeh. In če pride do tega, se jim lahko zgodi, da bolj cenijo svoj položaj in slavo kot pa trajno izpolnitev; posledično lahko izgubijo zdravo razsodnost. Zaradi samoljubja, napuha, pohlepa ali skrbi lahko poslovneži premami tudi to, da namen podjetja zožijo zgolj na največji možni dobiček, na čim večji tržni delež ali na kakšno drugo povsem gospodarsko korist. Na ta način pa je dobrega, ki ga tržno gospodarstvo naredi za posameznike in družbo, manj ali pa je izkrivljeno.

13. Krščanski poslovneži z izoblikovano osebnostjo lahko na te tako stroge zahteve, pred katere so bili postavljeni, odgovorijo z držo služabnika in se pri tem spominjajo Jezusa, ki je svo-

---

<sup>4</sup> 5 Mz 5,6–8: 6 »Jaz sem Gospod, tvoj Bog, ki sem te izpeljal iz egiptovske dežele, iz hiše sužnosti. Ne imej drugih bogov poleg mene! Ne delaj si rezane podobe, ničesar, kar bi imelo obliko tega, kar je zgoraj na nebu, spodaj na zemlji ali v vodah pod zemljo!«

<sup>5</sup> Benedikt XVI., *Okrožnica Ljubezen v resnici*, 71.

<sup>6</sup> »Prevzet od čistega tehničnega de(jan)ja, je razum brez vere obsojen, da se bo izgubil v prividu lastne vsemogočnosti. Vera brez razuma pa je v nevarnosti, da se odtuji stvarnemu življenju ljudi.« Benedikt XVI., *Okrožnica Ljubezen v resnici*, 74.

jim učencem umil noge. Vodenje v duhu služenja je drugačno od oblastnega izkazovanja moči, ki je vse prepogosto v podjetjih. Po takem vodenju se krščanski direktorji in delovno okolje, ki se ga trudijo ustvariti, ločijo od drugih. Če namreč poslovno odgovornost živijo na tak način in vodijo podjetje v duhu pravega služabnika, potem svobodno delijo svoje znanje in sposobnosti. Če torej v prenesenem pomenu svojim sodelavcem umivajo noge, polneje uresničujejo svojo plemenito poklicanost.

14. Pomemben del poslanstva krščanskega poslovneža je ta, da ob ohranjanju običajnega delovnega ritma poslovnega sveta udejanja družbenoetična načela. To pomeni, da jasno vidi položaj, da ga presoja v skladu z načeli, ki pospešujejo celostni razvoj ljudi, in da deluje tako, da ta načela udejanja v luči svojih edinstvenih okoliščin in v skladu z naukom vere.<sup>7</sup> V nadaljevanju je ta dokument urejen takole: videti, presojati, delovati.

---

<sup>7</sup> Prim. Janez XXIII. Okrožnica *Mati in učiteljica - Mater et Magistra* (1962), v: J. Juhant – R. Valenčič, *Družbeni nauk Cerkve*, Mohorjeva družba, Ljubljana 1994, 236.

## VIDETI POSLOVNI SVET: IZZIVI IN PRILOŽNOSTI

15. Poslovnež je postavljen v svet, ki ga opredeljuje zapletena mešanica dejavnikov. Če jih hočemo razumeti, moramo slediti navodilom, ki jih daje Pastoralna konstitucija *Cerkev v sedanjem svetu* 2. vatikanskega cerkvenega zbora. To pomeni, da moramo »preiskovati znamenja časov in jih razlagati v luči evangelija«. <sup>8</sup> Nekateri izmed teh dejavnikov namreč omejujejo voditelje pri tem, kaj lahko storijo, da bi delali dobro, saj ovirajo njihovo delovanje in zmanjšujejo možnosti za ustvarjalnost. Drugi pa dajejo poslovnežem in podjetnikom nove priložnosti za služenje skupnemu dobremu in omogočajo nove oblike solidarnosti v družbenem, političnem in gospodarskem življenju. V svetu okrog nas se torej prepletajo luč in tema, dobro in zlo, resnice in zmote, priložnosti in grožnje.

16. Krščanski poslovneži morajo biti zmožni *videti* svet na tak način, da ga bodo lahko ocenili, da bodo lahko krepili dobroto in resnico v njem, da bodo lahko pospeševali skupno dobro in da se bodo lahko spopadali z zlom in zmotami. V poglavju *Presoditi* v nadaljevanju tega dokumenta vam bomo pomagali do take ocene. Na tem mestu pa je naš namen predstaviti kratek povzetek nekaterih ključnih dejavnikov, ki vplivajo na današnje poslovno delovanje, in tam, kjer je to mogoče, nakazati, kateri vidiki so s stališča poslovneža dobri, kateri slabi in kateri odvisni od konteksta.

17. Med številnimi kompleksnimi dejavniki, ki vplivajo na poslovni svet na lokalni in globalni ravni, si štirje zaslužijo še posebno pozornost, saj so v zadnjih petindvajsetih letih močno spremenili kontekst poslovanja. Prvi trije so med seboj tesno povezani. To so (1) globalizacija, (2) nove komunikacijske tehnologije in (3) finančializacija – prevlada finančnega sektorja v gospodarstvu. Četrti dejavnik, (4) kulturne spremembe – še posebej izziv indivi-

---

<sup>8</sup> Pastoralna konstitucija *Cerkev v sedanjem svetu*, 4.

dualizma in z njim povezanih etičnih sistemov, kot sta relativizem in utilitarizem – pa najbrž pomeni največjo nevarnost za krščanske poslovneže. Seveda obstajajo tudi mnogi drugi dejavniki, ki vplivajo na poslovanje v današnjem svetu (nadzor države, vloga mednarodnih organizacij in združenj, okoljska vprašanja, napetosti med delom in družino in še mnogi drugi), ki bi si vsi zaslužili analizo, toda v želji po jedrnatosti bomo obravnavali samo te štiri.

18. *Globalizacija* – Vzpostavitev globalne gospodarske ureditve je najpomembnejša značilnost našega časa. Izraz 'globalizacija' se nanaša svetovni proces krepitve pretoka dobrin in sredstev, posebej še dela in kapitala, ki hkrati povzroča tudi vedno močnejšo medsebojno prepletenost družbe. S koncem hladne vojne in odprtjem novih trgov so se možnosti podjetij za trgovanje po vsem svetu močno povečale. To pa prinaša tako nove priložnosti kot tudi nove grožnje. Celi narodi, ki so bili prej izključeni iz svetovnega gospodarskega sistema, lahko zdaj v njem sodelujejo in imajo od njega koristi. Zaradi večje učinkovitosti so izdelki in storitve dostopni več ljudem. Toda hkrati z rastjo svetovne proizvodnje se je pojavila tudi vedno večja neenakost v delitvi prihodkov in bogastva, tako znotraj držav kot tudi med njimi. Regionalna gospodarska območja s prostim pretokom dobrin in celo s skupno valuto spodbujajo trgovanje in pospešujejo inovativnost. Ne dajejo pa vedno enako svobodnih možnosti za pretok delavcev, ki iščejo zaposlitev. Še posebej na območjih s skupno valuto se nacionalne ali lokalne oblasti srečujejo z nekaterimi omejitvami, ki pri uveljavljanju učinkovite gospodarske politike, posebej še med krizami lokalnega značaja, povzročajo velik pritisk na celoten politični sistem. Ob tem pa so se tudi tržišča spremenila iz kulturno relativno homogenih v izjemno raznovrstna. Pozitivno je sicer, da to kulture sili k močnejši medsebojni komunikaciji, toda zaradi pojava divje konkurence in zaradi izgube raznovrstnosti, ki je posledica globalnega trženja standardiziranih izdelkov, je potrebno biti izjemno pozoren na nevarnost kulturnega imperializma. Različne sile, ki delujejo na tem področju, je Benedikt XVI. povzel z

naslednjim opažanjem: »Družba, ki se vedno bolj globalizira, nas spreminja v sosede, ne pa v brate in sestre.«<sup>9</sup>

19. Temelj vseh teh sprememb je ideja, da je *kapital dosegel novo svobodo*: nič več mu ni treba odgovarjati ljudem v državah, kjer je ustvarjal svoj dobiček.<sup>10</sup> Zdi se, da je gospodarska moč dosegla, da ni več vezana na ozemlje. Gospodarske družbe se zato lahko odzivajo na priložnosti za dobiček dokaj neodvisno od državnih oblasti in s tem, ko to počnejo, igrajo ključno vlogo ne samo pri organizaciji gospodarstva – ampak tudi v družbi sami. Tako pa globalizacija spreminja temelje gospodarstva in politike ter krči svobodo nacionalnih držav: običajni politični in gospodarski vzvodi nacionalnih držav so namreč vezani na natančno določeno območje, medtem ko lahko mednarodne gospodarske družbe proizvajajo dobrine v eni državi, plačujejo davke v drugi, pomoč in državna sredstva pa pridobivajo v tretji. V tako spremenjenih razmerah pa ima poslovni svet veliko večji pomen in zato možnosti, da doseže veliko dobrega ali slabega.

20. *Komunikacijske tehnologije*<sup>11</sup> – Revolucija na področju komunikacijskih tehnologij, ki jo je prinesel internet, ima pomemben, tako pozitiven kot tudi negativen vpliv na vodenje podjetij. Pozitivno je, da z internetom podprto sodelovanje rojeva nove izdelke in rešitve za stare težave. Ti izdelki in rešitve so namreč zmanjšali stroške globalnega povezovanja med ljudmi. Novi poslovni modeli so tudi na edinstven način spojili sodelovanje in konkurenco, da bi tako zadostili potrebam, ki so bile prej neustrezno zadovoljene ali pa povsem neizpolnjene. Porabniki in drugi vpleteni imajo sedaj moč, da lahko pritisnejo na globalna podjetja in izpostavijo slabe prakse na področjih od spoštovanja človekovih pravic do varovanja okolja v revnejših predelih sveta. Tovrstne dejavnosti pa zmanjšujejo škodo, ki so jo sicer utrpela

---

<sup>9</sup> Benedikt XVI., Okrožnica *Ljubezen v resnici*, 19.

<sup>10</sup> Prim. Benedikt XVI., Okrožnica *Ljubezen v resnici*.

<sup>11</sup> Benedikt XVI., Okrožnica *Ljubezen v resnici*, 6. poglavje.

tista podjetja, ki so si vedno prizadevala za odgovorno ravnanje v teh delih sveta.

21. Negativno pa je, da sedaj živimo v svetu, ki zahteva takojšnje potešitev potreb in je prenasičen z informacijami. V takem svetu, kot pogosto ugotavljamo, pa tisto, kar je nujno, izpodriva tisto, kar je pomembno. Vsako sporočilo je namreč postalo nujno, saj hitra komunikacija zahteva veliko pozornosti. Zdi se, da nimamo več časa za dobro proučene in premišljene odločitve o zapletenih zadevah. Odločitve – celo tiste, ki so pomembne – vedno bolj sprejemamo, ne da bi pred tem ustrezno premislili in pridobili dovolj informacij. Voditelji se soočajo s težavami pri pripravi in razlagi svojih odločitev, zato se zanašajo zgolj na izkušnje. In zato imajo vrednote in prepričanje posameznika pri oblikovanju in sprejemanju odločitev še veliko večji pomen.

22. *Financionalizacija gospodarstva* – Zaradi globalizacije, ki je poskrbela za širitev trgov in večanje zaslužka, in zaradi novih komunikacijskih tehnologij se je zelo povečal pomen finančnega sektorja. Izraz 'financionalizacija' v ekonomiji opisuje premik od proizvodnje k finančnemu poslovanju. Prihodki in dobiček finančnega sektorja namreč predstavljajo vedno večji delež svetovnega gospodarstva. Nosilci, način delovanja in gonilne sile financionalizacije pa imajo tudi pomemben vpliv na delovanje in razumevanje samega podjetništva. Toda čeprav je sedanja finančna kriza sprožila plaz kritik, ki izpostavljajo negativne učinke financionalizacije, je finančni sektor milijonom ljudi omogočil tudi lažji dostop do kreditov za potrošnjo in proizvodnjo, si s pomočjo izpeljanih instrumentov prizadeval za razpršitev tveganja, s pomočjo posojil pomagal kapitalu, da bi bil donosnejši, in drugo. Finančni sektor je oblikoval tudi socialne ali etične sklade, ki investitorjem omogočajo, da bodisi podpirajo določene industrijske panoge ali podjetja bodisi se jim izognejo in na ta način krepijo trajnostne poslovne sisteme. Ta sektor se torej pomembno in hitro razvija in bo rasel še naprej, saj je med finančno krizo dosegel nekaj obetajočih rezultatov. Okrožnica *Ljubezem v resnici* pa poudarja, da bi morale

etične naložbe postati nekaj standardnega: »Treba si je prizadevati – pripomba je bistvenega pomena – ne le za to, da bi se porajala področja in odseki gospodarske in finančne 'etike', temveč da bi bilo etično celotno gospodarstvo in vse finance, to pa ne more biti takšno zaradi zunanjih oznak (etiket), temveč zaradi spoštovanja notranjih zahtev, ki so v skladu z njihovo lastno naravo.«<sup>12</sup>

23. Ob vseh teh pozitivnih dosežkih pa je financionalizacija sprožila tudi vrsto negativnih smernic in posledic. Spregovorili bomo samo o dveh – o komercializaciji in o kratkoročnosti. Financionalizacija namreč teži k popolni *komercializaciji* podjetij in smisel človekovega poslovnega delovanja ocenjuje zgolj skozi vrednost. Finančni sektor je h komercializaciji prispeval zlasti s tem, da je namen podjetja zožil na večanje premoženja lastnikov. S tem je vrednost podjetja postala tako rekoč edino merilo, s katerim poslovneži ocenjujejo svoje delo in svojo uspešnost. Tudi dandanes je zahteva po 'kar največjem dobičku lastnika' še vedno tista, ki v poslovnem svetu prevladuje in je najpomembnejša teorija, ki jo poučujejo na mnogih poslovnih fakultetah. Ob komercializaciji pa se pojavlja tudi *kratkoročno* razmišljanje, zaradi katerega so poslovneži obsedeni s prednostmi, ki jih prinaša kratkoročni uspeh, podcenjujejo pa slabosti, ki jih prinašajo čezmerno tveganje in strateške napake. In najbrž ni presenetljivo, da priložnosti za izjemen zaslužek v relativno kratkem času močno spodbujajo vedenje, ki je za človeka in družbo škodljivo. Papež Benedikt XVI. je na te nevarnosti opozoril, ko je zapisal: »Eno izmed največjih tveganj je vsekakor to, da podjetje skoraj izključno odgovarja tistemu, ki vanj vlaga, in tako konec koncev izgublja družbeni pomen. /.../ Podjetja [so] vedno manj odvisna od stalnega podjetnika, ki bi se na dolgi rok, kaj šele na kratkega, čutil odgovornega za delovanje in rezultate svojega podjetja.«<sup>13</sup>

24. *Kulturne spremembe* – Kot smo že povedali, sta nova raven povezanosti med narodi, kar je posledica globalizacije, in med

<sup>12</sup> Benedikt XVI., Okrožnica *Ljubezen v resnici*, 45.

<sup>13</sup> Benedikt XVI., Okrožnica *Ljubezen v resnici*, 40.



posamezniki, ki je posledica tehnologije, povzročili pomembne kulturne spremembe. Za krščanskega poslovneža sta ključni med njimi obrat k individualizmu na Zahodu in vse večje število razbitih družin. Ti dve kulturni spremembi pa sta med seboj povezani. Zaradi vnovičnega vzpona močno utilitarnega pogleda na ekonomijo, pa tudi na družbo, se zelo veliko ljudi ukvarja zgolj s tem, da bi dosegli tisto, 'od česar bodo oni sami kaj imeli', ne glede na to, kakšen učinek bo to imelo na druge, kar pa slabo vpliva tudi na družinsko življenje. Ti ljudje imajo 'vrednote' za nekaj relativnega, za nekaj, kar lahko ocenjujejo glede na njihov prispevek k izpolnitvi osebnih izbir in k poslovnim koristim. Delo tako postane zgolj sredstvo za doseganje življenjskih užitkov, ki si jih vsak izbere sam. Pravice postajajo veliko pomembnejše od dolžnosti, na žrtvovanje za višje dobro pa se ne ozirajo več. Tak odnos pa spodbuja uprave podjetij, naj si del ustvarjenega premoženja vzamejo zase, zaposlene, da se vse bolj ukvarjajo s svojimi pravicami, stranke pa, da gojijo kulturo takojšnje potešitve.

25. Na srečo pa so nastala tudi nova gibanja in programi, ki poskušajo resneje vzeti moralno in duhovno razsežnost življenja podjetnika. Skupine za povezovanje vere s poklicnim življenjem, programi za duhovnost na delovnem mestu, tečaji poslovne etike, projekti za družbeno odgovornost in drugi podobni projekti pomagajo poslovnežem upravljati s podjetjem v duhu Pavlove spodbude: »Vse preizkušajte, in kar je dobro, obdržite« (1 Tes 5,21).<sup>14</sup> Številne izmed teh skupin in gibanj pa tudi pomagajo poslovnim voditeljem spoznati, kakšno poslanstvo je njihovo delo in kakšna je vloga njihovih podjetij pri prizadevanju za skupno dobro.

26. Prav gotovo lahko globalizacija, okrepljena komunikacija in financiralizacija pozitivno učinkujejo na človeško skupnost. Tudi zdrava mera oziranja na kratkoročno finančno uspešnost je lahko koristna, če pomeni le en vidik pri sprejemanju odločitev,

---

<sup>14</sup> Prim. občestveno ekonomijo gibanja Fokolarov, UNIAPAC, Legatus, Woodstock Business Conference, Compagnia delle Opere gibanja Občestvo in osvoboditev (Comunione e liberazione), pa tudi druga gibanja, ki so resno vzela odnos med vero in podjetništvom.

ne sme pa biti njegovo edino gonilo. Vse te tokove pa morajo krščanski poslovneži usmerjati v skladu z družbenoetičnimi načeli, ki jih kristjanom osvetljuje evangelij, in jih postaviti v zdrave kulturne okvirje. Če si namreč ne prizadevajo, da bi neprestano vplivali na te družbene tokove, so ti lahko škodljivi za »celostni človeški razvoj«. <sup>15</sup> In pri tem jim lahko družbeni nauk Cerkve in naša vera v Božjo ljubezen ponudita verodostojno izhodišče ter jim omogočita, da bodo lahko izpolnili svojo krščansko poklicanost.

---

<sup>15</sup> Benedikt XVI., Okrožnica *Ljubezen v resnici*, 11.

# PRESOJATI

## POMEN DRUŽBENOETIČNIH NAČEL

27. Delo v zapletenem okolju poslovnega sveta, ki smo ga opisali v prejšnjem poglavju, zahteva od voditeljev sposobnost dobre presoje, presoje, ki je utemeljena v stvarnosti in resnici. Sposobnost razumne presoje pa je potrebno vzgajati v moralnem in duhovnem okolju, iz katerega poslovneži izhajajo, namreč, v družinah, v verskih in izobraževalnih ustanovah ter v širši skupnosti, ki ji pripadajo. In za krščanskega poslovneža je v središču tega okolja evangelij Jezusa Kristusa.

28. Evangelij je sporočilo ljubezni, ki se ne izraža predvsem v teoriji ali etiki, ampak v odnosu s Kristusom.<sup>16</sup> Prav ta odnos, ta poklicanost k ljubezni oživlja in krepi življenje vsakega kristjana, če le to dopustimo. Ima pa za vse kristjane in še posebej za krščanske poslovneže, tudi etične in religiozne vidike. Ti vidiki se kažejo v tako imenovani družbeni tradiciji Cerkve, ki je živ dialog med vero, razumom in delovanjem. Tradicija je namreč zrasla iz sožitja med uradnim učiteljstvom (katoliški družbeni nauk), pronicljivimi strokovnjaki (katoliška družbena misel) ter učinkovitimi in doslednimi izvrševalci (katoliško družbeno delovanje). Tako kot vse druge tradicije pa se tudi ta neprestano razvija, prečiščuje in raste, saj kristjani, vključno s poslovneži, v svojem poklicnem življenju stremimo k razumevanju stvari in odličnosti.

29. Za poslovni svet je pomembno, da je ta tradicija izoblikovala družbenoetična načela tako na temeljni kot tudi na praktični ravni in da je uveljavila idejo, da je podjetje občestvo ljudi. To dvoje skupaj vodi do resnične poslovne odličnosti, saj izhaja iz odgovorov na vprašanja, kaj je človek in kakšen naj bo človeški razvoj v podjetju, širši skupnosti in svetu kot celoti.

---

<sup>16</sup> Benedikt XVI., Okrožnica *Bog je ljubezen – Deus caritas est*, Cerkevni dokumenti 112, Družina, Ljubljana 2006, 1.

# I. TEMELJNA ETIČNA NAČELA POSLOVNEGA SVETA: ČLOVEŠKO DOSTOJANSTVO IN SKUPNO DOBRO

30. *Človeško dostojanstvo* – Najgloblji temelj družbene tradicije Cerkve je prepričanje, da je vsak človek, ne glede na starost, položaj ali sposobnosti, ustvarjen po Božji podobi in da ima zato neodtujljivo dostojanstvo in pomen. Vsakdo ima torej smoter sama po sebi in ni nikoli zgolj orodje, ki bi ga lahko ocenjevali po njegovi uporabnosti – je *kdo* in ne kaj, je *nekdo* in ne nekaj.<sup>17</sup> To dostojanstvo izhaja iz preprostega dejstva, da je človek človek in ni nikoli dosežek ali dar neke človeške oblasti; niti ga ni mogoče izgubiti, zapraviti ali z razlogom odvzeti. Vsi ljudje imamo torej ne glede na svoje posebne značilnosti ali okoliščine dostojanstvo, ki nam ga daje Bog.

31. Zaradi človeškega dostojanstva pa ima vsak človek tudi pravico – pravzaprav dolžnost – slediti svojemu poslanstvu in si prizadevati za osebno izpolnitev v občestvu z drugimi. Zato se mora vsak izmed nas izogibati dejanjem, ki bi ovirala razvoj drugih, in, kolikor je le mogoče, njihov razvoj pospeševati, saj smo »v resnici vsi odgovorni za vse«.<sup>18</sup>

32. Drugače povedano, to, da ljudje v sebi nosijo podobo Stvarnika, se kaže v njihovi sposobnosti razmišljanja in svobodne izbire, pa tudi v teženju k življenju z drugimi (v njihovi družbeni naravi). Človekova razvitost torej vedno pomeni tudi to, da lahko človek razmišlja in svobodno izbira v skladu z razumom in življenjem v družbi. Pravzaprav lahko človek šele v skupnosti, to je v občestvu z drugimi, pristno razvije svoje sposobnosti, vrednote in svojo svetost.

33. Ker je vsak človek ustvarjen za presežno, za večno življenje pri Bogu, njegov zemeljski razvoj sicer ne bo nikoli končan, toda to ne

---

<sup>17</sup> Papeški svet Pravičnost in mir, *Kompendij družbenega nauka Cerkve*, Družina, Ljubljana 2007, 108.

<sup>18</sup> Janez Pavel II., Okrožnica *O skrbi za socialno vprašanje – Sollicitudo rei socialis*, Cerkevni dokumenti 37, Družina, Ljubljana 1988, 38.

pomeni, da ta razvoj ni pomemben. Nasprotno: ne le, da je ta prvina pomembna za človekovo dobro življenje, pomanjkanje gmotnih dobrin, tako kot njihovo preobilje, pogosto celo ovira prizadevanje za krepost in svetost ali odvrča od njega.

34. *Skupno dobro* – Družbena narava ljudi, ki odseva občestvo Svete Trojice, izpostavlja še eno temeljno načelo, skupno dobro. Drugi vatikanski cerkveni zbor je skupno dobro opredelil takole: »vsota vseh tistih razmer družbenega življenja, ki tako skupnostim kakor posameznim članom omogočajo, da v večji meri in lažje dosegajo svojo popolnost«. <sup>19</sup> Skupno dobro se torej med ljudmi razvija tam, kjer skupaj namenoma delajo za skupen cilj. Zato delo za prijateljstvo, za družino ali podjetje ustvarja skupno dobro, ki je skupno prijateljem, družinskim članom in različnim ljudem, ki so vpeti v delovanje podjetja. Skupno dobro pa je med njimi mogoče zato, ker smo bitja odnosa, ki nimamo zgolj osebnih ciljev in ki ne rastemo zgolj kot posamezniki. Sodelujemo namreč v *medsebojnih in skupnih projektih*, ki ustvarjajo skupno dobro, od katerega imajo koristi vsi vpleteni. *Skupno dobro kot celota* pa vključuje in podpira vsako dobro, ki je potrebno, da bi vsakemu človeku in vsem ljudem skupaj omogočili razvoj tako na osebni ravni kot na ravni skupnosti.

35. Podjetja zagotavljajo mnoge pomembne stvari, ki prispevajo k skupnemu dobremu širše družbe. Njihovi izdelki in storitve, delovna mesta, ki jih ponujajo, in gospodarski in družbeni presežek, ki ga ustvarjajo, so temeljnega pomena za dobro življenje naroda in človeštva kot celote. Države, kjer podjetništvo ni dovolj razvito, lahko namreč izgubijo najboljše izšolane ljudi, saj bodo ti odšli drugam, če v določenem položaju ne bodo videli svoje prihodnosti in prihodnosti za svoje družine. Nekatere družbe tudi ne ustvarjajo dovolj skupnih in javnih dobrin, da bi ljudem zagotovile dostojno življenje. Podjetja so zato bistvenega pomena za skupno dobro vsake družbe in celotnega sveta. Največ pa lahko prispevajo, če jim je omogočeno, da so njihove dejavnosti usmerjene v krepitev dostojanstva človeka,

---

<sup>19</sup> Pastoralna konstitucija *Cerkev v sedanjem svetu*, 26.

ki ima smoter sam po sebi in ki je razumen, svoboden in družbeno usmerjen, in da so do tega dostojanstva povsem spoštljiva.

36. Resnično uspešna podjetja in trgi so odvisni od številnih prispevkov širše družbe. Od javnih dobrin, kot so vladavina prava, pravica do lastnine, svobodna in odprta konkurenca, do zagotavljanja javnih dobrin, trdne valute in fiskalne politike ter nujno potrebne transportne in komunikacijske mreže: podjetja preprosto ne morejo učinkovito delovati brez struktur dobre družbe. Če namreč javnih dobrin in prvin skupnega dobrega ni ali če ne delujejo ustrezno, podjetja trpijo. Ni pa samo urejena oblast tista, od katere so odvisna podjetja. Bolj kot državo potrebujemo zdravo moralno in kulturno okolje, v katerem bomo lahko vzgajali mlade, razvijali njihove sposobnosti in vrline ter jih pripravili na zaposlitev. Ker pa podjetjem in pridobitnim dejavnostim koristijo viri, ki jim jih družba daje na voljo, morajo le-ta z njimi ravnati tako, da izražajo spoštovanje do skupnega dobrega in da ga podpirajo.

37. Podjetja članom družbe zagotavljajo blaginjo tudi na druge pomembne načine. Dobra podjetja sicer delajo vsaj to, da se skrbno izogibajo dejanjem, ki bi na lokalni ali globalni ravni rušila skupno dobro. Če pa pogledamo z bolj pozitivne plati, podjetja dejavno iščejo načine, kako bi v okviru svojih zmožnosti služila pristinim človeškim potrebam in s tem *krepila* skupno dobro. V nekaterih primerih dejavno pospešujejo uveljavitev učinkovitih predpisov na nacionalni, mednarodni ali panožni ravni. Na primer, nekateri destruktivni načini poslovanja, kot so korupcija, izkoriščanje zaposlenih ali uničevanje okolja, sicer prinašajo nižje kratkoročne stroške podjetju, toda obenem povzročajo veliko večje dolgoročne stroške prihodnjim generacijam iz lokalnega okolja. Kjer so taki načini poslovanja legalni, imajo podjetja z nižjo moralno zavestjo konkurenčno prednost pred bolj ozaveščenimi tekmeci, ki delujejo dosledno moralno in imajo zato realne, višje stroške delovanja. Toda take 'tekme do konca' običajno ni mogoče dobiti z moralnim zavzemanjem posameznika; zato je potrebno zagotoviti *boljši institucionalni okvir* za vse, ki sodelujejo na trgu.

## II. PRAKTIČNA ETIČNA NAČELA POSLOVANJA

38. Spoštovanje človeškega dostojanstva in skupno dobro sta temeljni načeli, ki morata voditi način organizacije dela in kapitala ter razvojne procese v tržnem sistemu. Najgloblji in najpomembnejši namen podjetij in gospodarskih sistemov pa je zadostiti resničnim človeškim potrebam, to pomeni zadostiti pomembnim potrebam vsakogar, ki mu podjetje na neki način služi. Zlasti gre pri tem za tri med seboj povezane naloge, ki bi morale biti za podjetja še posebej pomembne:

- z ustvarjanjem, razvojem in proizvodnjo dobrin in storitev zadostiti pristnim človeškim potrebam;
- organizirati delo na tak način, da bo dobro in plodovito;
- uporabljati vire za ustvarjanje in delitev bogastva ter blaginjo na trajnostne načine.

39. Ko družbena tradicija Cerkve predstavlja praktična načela v pomoč tistim, ki sprejemajo odločitve, na poti do dobrega, ki ga lahko napravijo, govori o treh med seboj povezanih nalogah. Ta praktična načela zidajo na temeljnih načelih in so naravnana na spoštovanje različnih kultur in verstev, saj je njihovo srečevanje značilno današnji poslovni svet. Pomagajo pa tudi krščanskemu poslovanju razjasniti poklicanost in vlogo pravega poslovnega voditelja.

### ZADOVOLJEVANJE POTREB SVETA Z DOBRINAMI IN STORITVAMI

40. Uspešna podjetja prepoznavajo pristne človeške potrebe in jim hočejo zadostiti na vrhunski ravni, pri tem pa so zelo iznajdljiva, ustvarjalna in rada prevzemajo pobudo. Sicer delajo tisto, kar so delali tudi že pred njimi, toda pogosto – na primer, na področju medicine, komunikacij, bančništva, proizvodnje hrane in energije

ter zagotavljanja socialnega varstva – ustvarjajo *popolnoma nove načine zadovoljevanja človeških potreb*. In tako spet in spet izboljšujejo svoje izdelke in storitve, ki – če so resnično dobri – izboljšujejo kakovost življenja ljudi.

41. *Prispevati k skupnemu dobremu*<sup>20</sup> – *Kompendij družbenega nauka Cerkve* pravi: »Podjetje mora biti sposobno, da služi skupnemu blagru družbe s proizvodnjo dobrin in ponudbo koristnih storitev.«<sup>21</sup> Podjetje je torej nujno osredotočeno na druge: podjetje združuje darove, talente, energijo in sposobnosti ljudi, da bi služilo potrebam drugih ljudi, ki na ta način podpirajo razvoj tistih, ki delajo. Iz tega skupaj opravljenega dela pa izhajajo dobrine in storitve, ki jih potrebuje zdrava družba. »Poslovnež ni špekulant, ampak v bistvu inovator. Špekulant ima namreč za svoj najvišji cilj večanje dobička; zanj je podjetje zgolj sredstvo za dosego cilja, cilj pa je dobiček. Za špekulanta torej gradnja cest, bolnišnic ali šol ni cilj, ampak zgolj sredstvo za dosego cilja, čim večjega dobička. Zato je takoj jasno, da špekulant ne more biti vzor poslovneža, ki bi ga Cerkev lahko predstavila kot tistega, ki ustvarja in gradi skupno dobro.«<sup>22</sup> Krščanski poslovnež namreč služi skupnemu dobremu tako, da ustvarja dobrine, ki so resnično dobre, in storitve, ki resnično služijo. Dobre in storitve, ki jih podjetja ustvarjajo, morajo torej zadovoljevati pristne človeške potrebe, vendar pri tem ne gre samo za stvari, ki imajo očiten družbeni pomen – kot so medicinske naprave, ki ohranjajo življenje, mikrofinance, izobraževanje, socialne naložbe, pravična trgovina, zdravje ali ustrezne bivalne razmere – ampak sem spada vse, kar zares prispeva k človeškemu razvoju in izpolnitvi, od preprostih izdelkov, kot so vijaki, mize in tekstil, pa do zapletenih sistemov, kot so ravnanje z odpadki, ceste in transport.

---

<sup>20</sup> Papeški svet Pravičnost in mir, *Kompendij družbenega nauka Cerkve*, 164–167.

<sup>21</sup> Papeški svet Pravičnost in mir, *Kompendij družbenega nauka Cerkve*, 338.

<sup>22</sup> Prim. kardinal Tarcisio Bertone, *A Goal Greater than Profit* (Prispevek na Executive Summit on Ethics for the Business World), Rim, 16. junija 2011. Dostopno na: [http://www.vatican.va/roman\\_curia/secretariat\\_state/card-bertone/2011/documents/rc\\_seg-st\\_20110616\\_business-ethics\\_en.html](http://www.vatican.va/roman_curia/secretariat_state/card-bertone/2011/documents/rc_seg-st_20110616_business-ethics_en.html).



42. Leta 1931 je papež Pij XI. v Okrožnici *Ob štiridesetletnici* zapisal, da je za podjetja pomembno, da »služijo res koristnim rečem« za druge.<sup>23</sup> Dober podjetnik je zato tisti, ki »najprej pomisli na služenje in šele nato na zaslužek, ki /.../ zaposluje delavce zato, da bi ustvarjali dobrine, ki imajo resnično vrednost; ki jim ne dela krivice z zahtevo, naj sodelujejo pri ustvarjanju neumnosti ali celo škodljivih in zlih reči; ki porabnikom ponuja samo uporabne dobrine in storitve in ki ne izkorišča njihove neizkušeni ali slabosti, da bi jih zavedel v trošenje denarja za stvari, ki jih ne potrebujejo ali ki niso zanje samo neuporabne, ampak celo škodljive.«<sup>24</sup> Potrebe moramo zato razlikovati od golih želja, za katere je značilno, da zgolj zadovoljujejo poželenje, ne prispevajo pa k človekovi blaginji. V skrajnih primerih lahko zadovoljevanje takšnega poželenja človekovi blaginji celo nasprotuje, na primer pri prodaji mamil, pornografije, iger na srečo, nasilnih video iger in drugih škodljivih izdelkov. Obsedenost z željami, ki jo pogosto imenujemo 'potrošništvo', proizvodnjo in porabo oddaljuje od skupnega dobrega in ovira razvoj osebe.<sup>25</sup> Dobre, ki so resnično dobre, pa služijo potrebam porabnikov v hierarhičnem redu; potreba po prehranskih izdelkih je na primer očitno pomembnejša od želje po igralniški zabavi. In tu gre za objektivni red, zato se mora proizvodnja dobrin in storitev ravnati po resnici in ne zgolj po uporabnosti.

43. *Solidarnost z ubogimi* – Proizvodnja dobrin in storitev ustvarja »solidarnostno verigo«, ki odpira številna ključna vprašanja in daje veliko priložnosti poslovnemu svetu.<sup>26</sup> Eno izmed teh vprašanj je, kako pomembno je, da v duhu solidarnosti prepoznamo resnične potrebe ubogih in ranljivih, vključno

---

<sup>23</sup> Pij XI., Okrožnica *Ob štiridesetletnici - Quadragesimo anno*, Misijonska tiskarna, Domžale 1940, 51; v: J. Juhant – R. Valenčič, Družbeni nauk Cerkev, Mohorjeva družba, Celje 1994.

<sup>24</sup> Oswald von Nell-Breuning, *Reorganization of Social Economy. The Bruce Publishing Co, Milwaukee* 1936. 115–116.

<sup>25</sup> Janez Pavel II., Okrožnica *Ob stoletnici - Centesimus annus*, Cerkevni dokumenti 45, Družina, Ljubljana 1991, 36.

<sup>26</sup> Janez Pavel II., Okrožnica *Ob stoletnici*, 43.

z ljudmi s posebnimi potrebami, ki jih druga podjetja in tržišča, osredotočena zgolj na kratkoročni dobiček, pogosto spregledajo.<sup>27</sup> Krščanski poslovnež je torej pozoren na priložnosti za služenje tem sicer spregledanim skupinam ljudi in v tem ne prepozna le ustreznega načina za uresničevanje svoje družbene odgovornosti, ampak tudi dobro poslovno priložnost. Dosežki na področju izdelkov in storitev z »dna piramide« – mikropodjetij, mikrokreditov, socialnega podjetništva in socialnih naložbenih skladov – so sicer že do sedaj imeli pomembno vlogo pri izpolnjevanju potreb ubogih. Vendar pa te inovacije ne bi smele zgolj pomagati dvigovati ljudi iz izjemne revščine, ampak bi lahko spodbudile tudi njihovo lastno ustvarjalnost in podjetnost ter prispevale k začetku živahnega razvoja.<sup>28</sup>

## ORGANIZACIJA DELA NA NAČIN, DA BO DOBRO IN PLODOVITO

44. Podjetja ustvarjajo dobrine in storitve ter organizirajo delo, ki ga ljudje, združeni v podjetju, opravljajo. Uspešna podjetja pa delo razvijajo na tak način, da je dobro in učinkovito, da je plodovito in zanimivo, v duhu samostojnosti in sodelovanja. Način, kako razvijamo in vodimo človeško delo, pomembno vpliva na to, ali je podjetje lahko konkurenčno na tržišču in ali se ljudje preko svojega dela razvijajo. Blaženi Janez Pavel II. je zapisal: »Če je bila prej odločilni proizvodni dejavnik *zemlja* in pozneje kapital, ki ga razumemo kot množico strojev in proizvodnih sredstev, postaja danes odločilni dejavnik vedno bolj *človek sam*, to pomeni njegova znanstvena sposobnost, njegova sposobnost za solidarno organizacijo in zmožnost, da zaznava in zadovoljuje potrebe drugih.«<sup>29</sup> Zaradi vedno večje globalizacije in hitro spreminjajočega se tržišča kakovostna organizacija dela zagotavlja podjetju prožnost, odziv-

---

27 Papeški svet Pravičnost in mir, *Kompendij družbenega nauka Cerkve*, 192–196.

28 Benedikt XVI., *Okrožnica Ljubezen v resnici*, 45.

29 Janez Pavel II., *Okrožnica Ob stoletnici*, 32.

nost in dinamičnost. Dobra organizacija pa zajema tudi ustrezno zakonodajo, ki omogoča, da se gospodarski odnosi in podjetniško razmišljanje lahko razvijajo na trajnosten način, da je poslovanje v skladu z vrlinami in obenem s svojimi dosežki ustvarja dobiček ter izstopa po odličnosti.

45. *Zagotavljati dostojne delovne razmere* – »Zares groza nas obhaja,« je leta 1931 zapisal papež Pij XI., »[da] mrtva snov prihaja iz tovarne požlahtnjena, ljudje pa se prav tam kvarijo in ponižujejo.«<sup>30</sup> Veličina človeškega dela je namreč v tem, da ne vodi zgolj do boljših izdelkov in storitev, ampak razvija tudi delavca samega. Katoliška družbena tradicija je glede narave dela in tega, kako delo vpliva na delavca, povsem jasna. Blaženi Janez Pavel II. je govoril o »subjektivni razsežnosti dela«, ki jo je ločeval od »objektivne razsežnosti«. Predstavil je čudovito podobo, da človek, ki dela, ne samo naredi več, ampak tudi postane več. Vendar pa sprememb, ki jih povzročajo delo, ni mogoče do konca pojasniti z njegovo objektivno razsežnostjo. Človekovo delo namreč prav tako močno vpliva na delavca, ki je subjekt dela. Ne glede na to, ali imamo v mislih direktorja, kmeta, medicinsko sestro, hišnika, inženirja ali trgovca, delo spreminja tako svet (objektivna razsežnost) kot delavca (subjektivna razsežnost). In s tem, ko delo spreminja človeka, bodisi krepí bodisi zatira njegovo dostojanstvo; lahko mu omogoči, da se razvija ali pa kvari. Zato je potrebno »najgloblje korenine za dostojanstvo dela /.../ iskati ne v njegovi objektivni razsežnosti, marveč predvsem v njegovi subjektivni razsežnosti.«<sup>31</sup> In če na delo gledamo s tega stališča, lahko dosežemo, da se bosta delodajalec in delavec skupaj zavezala povzdigovati delo na raven te sijajne podobe. In tako se združujeta preudarno poslovno delovanje in etika.

46. Če upoštevamo tudi subjektivno razsežnost dela, s tem priznamo njegovo dostojanstvo in pomen. To pa nam pomaga razumeti, da je »delo 'za človeka' in ne človek 'za delo'«. <sup>32</sup> Zaposleni na-

---

<sup>30</sup> Pij XI., Okrožnica *Ob štiridesetletnici - Quadragesimo anno*, 135.

<sup>31</sup> Janez Pavel II., Okrožnica *O človeškem delu*, 6.

<sup>32</sup> Janez Pavel II., Okrožnica *O človeškem delu*, 6.

mreč niso zgolj 'človeški viri', ampak 'človeški kapital'. Iz tega sledi, da je potrebno delo načrtovati v skladu s človekovimi sposobnostmi in lastnostmi, zato od ljudi ne smemo preprosto zahtevati, naj se navadijo svojega dela, kot bi bili stroji. Dobro delo daje prostor tudi delavčevemu razumu in svobodi, njegov okvir pa spodbuja medosebne odnose in resnično sodelovanje ter ne škoduje zdravju in telesni blaginji delavca. To pa od voditeljev zahteva sposobnost, da prave ljudi postavijo na pravo delovno mesto, ter svobodo in odgovornost, da tako tudi ravnajo. Dobro delo je usmerjeno v zadovoljevanje pristnih človeških potreb, saj delavec skrbi zase in za svojo družino, obenem pa si prizadeva tudi za razvoj drugih. Dobro delo mora biti zato dovolj dobro organizirano in vodeno, da je lahko uspešno in da delavec lahko zasluži za življenje. Še več, sistem nagrajevanja bi moral poskrbeti, da bi delavci, ki se delo pošteno opravljajo, uživali ustrezno spoštovanje in prejeli plačilo svojega podjetja. Okrožnica *Mati in učiteljica (Mater et Magistra)* je glede tega popolnoma jasna: »Če torej vlada v proizvodnji takšna gospodarska ureditev in so načini obratovanja takšni, da postavljajo v nevarnost človeško dostojanstvo teh, ki so v njej zaposleni, če slabe čut odgovornosti ali ubijajo osebno iniciativo, tedaj sodimo, da tak način gospodarjenja nasprotuje pravičnosti, pa čeprav rodi ogromno možnih dobrin in se te porazdeljujejo po pravičnosti in pravšnosti.«<sup>33</sup>

47. *Ustvarjati subsidiarne strukture* – Načelo subsidiarnosti izhaja iz prepričanja, da človekova razvitost, ker smo ustvarjeni po božji podobi, pomeni tudi to, da lahko človek kar najbolje uporabi svoj razum in svobodo. Zato človeškega dostojanstva ne spoštujemo, če po nepotrebem omejujemo ali zatiramo razum in svobodo. Načelo subsidiarnosti priznava, da v človeški družbi znotraj večjih skupnosti obstajajo tudi manjše. Na primer, družina je kot skupnost del vasi ali mesta, ki pa je del občine, regije, države in tako naprej. In to načelo pravi, da svobode in truda tistih, ki bodo prvi občutili posledice, ne smemo kar po svoji volji onemogočiti.

<sup>33</sup> Janez XXIII., Okrožnica *Mati in učiteljica*, 83.

Kot je povedal blaženi Janez Pavel II., »nadrejena družba ne sme toliko posegati v notranje življenje podrejene družbe, da ji odvzame njeno pristojnost. Višja naj jo v stiski podpira in ji pomaga k temu, da svoje lastno delovanje uglasi z drugimi družbenimi silami v korist skupni blaginji.«<sup>34</sup>

48. Načelo solidarnosti pa se nanaša tako na državne strukture kot na poslovne organizacije. Pri delu se namreč najbolj razvijamo takrat, ko razum in svobodo uporabljamo za dosego skupnih ciljev in za ustvarjanje in ohranjanje primernih odnosov med seboj in s tistimi, ki jim naša organizacija služi. Z drugimi besedami, bolj ko je delovno mesto vključeno v soodločanje, večje so možnosti, da se bo delavec razvijal. Zaposleni bi zato morali imeti besedo na svojem delovnem mestu, še posebej pri vsakdanjih opravilih. To namreč krepi pobudo, iznajdljivost, ustvarjalnost in občutek soodgovornosti.

49. Načelo subsidiarnosti poslovnežem odpira nov pogled. Spodbuja jih, naj svojo moč uporabljajo za služenje sodelavcem, in jih sprašuje, ali njihova avtoriteta služi razvoju vseh njihovih zaposlenih. Če pogledamo podrobneje, naj poslovneži subsidiarnost uresničujejo v treh konkretnih korakih:

- Jasno naj opredelijo področje samostojnosti in pravice odločanja za vse ravni v podjetju, te pa naj bodo čim širše. Vendar naj meje ne bodo postavljene tako, da bi pravica odločanja, ki jo ima posameznik ali skupina, presegala možnosti dostopanja do informacij, ki so potrebne za sprejemanje takih odločitev, saj bi posledice, ki bi nastale zaradi teh odločitev, presegale njihovo področje odgovornosti.

- Zaposlene naj učijo in usposablajo ter poskrbijo, da bodo imeli ustrezno orodje, znanje in izkušnje za opravljanje svojega dela.

---

<sup>34</sup> Janez Pavel II., Okrožnica *Ob stoletnici*, 48. Prim. tudi: Papeški svet Pravičnost in mir, *Kompendij družbenega nauka Cerkve*, 185–186; *Katekizem katoliške Cerkve*, Družina, Ljubljana 1993, 1983.

- Poskrbijo naj, da bodo ljudje, ki so dobili naloge in odgovornosti, odločitve sprejemali svobodno, zato naj jim zaupajo, da bodo sprejeli tudi tveganje, ki izhaja iz teh odločitev. Subsidiarne poslovne strukture morajo torej gojiti vzajemno spoštovanje in odgovornost ter zaposlenim dopustiti, da dobre rezultate povežejo s svojim iskrenim trdom.

Zadnja točka, sprejemanje tveganja zaradi odločitev, ločuje subsidiarnost in delegiranje. Kdor delegira, namreč zaupa moč, ki jo lahko kadarkoli vzame nazaj. V tem primeru zaposleni niso povabljeni, da naj dosežejo isto raven kakovosti in vpletenosti kot v primeru načela subsidiarnosti, zato je manj možnosti, da bodo razvili občutek odgovornosti in odgovornost sprejeli.

50. Kjer je uveljavljeno načelo subsidiarnosti, so zaposleni na nižji ravni deležni zaupanja, so usposobljeni, imajo izkušnje in natančno poznajo svoje odgovornosti, zato lahko svobodno sprejemajo odločitve, v polnosti uporabljajo svojo svobodo in razum ter se ob tem razvijajo kot ljudje; so torej 'so-podjetniki'. Za poslovneže na vseh ravneh, od vodij oddelkov do glavnega direktorja, je to sicer zelo zahtevno, toda koristno. Delo po načelu subsidiarnosti namreč zahteva omejevanje in ponižno sprejemanje vloge voditelja, ki služi.

## ŠEST PRAKTIČNIH NAČEL ZA POSLOVNI SVET

*Načeli spoštovanja človeškega dostojanstva in prizadevanja za skupno dobro sta temelj družbenega nauka Cerkve. S pomočjo šestih praktični načel za poslovni svet pa bomo lažje dosegli tri najpomembnejše poslovne cilje.*

### **Zadovoljevanje potreb sveta s proizvodnjo in razvojem dobrin in storitev**

1. Podjetja naj ustvarjajo dobrine, ki so resnično dobre, in storitve, ki resnično služijo, ter s tem prispevajo k skupnemu dobremu.
2. Podjetja naj bodo pozorna na priložnosti za služenje skupinam ljudi, ki so sicer odrinjene in zanemarjene, ter tako ureničujejo solidarnost z revnimi.

### **Organizacija dela na tak način, da bo dobro in plodovito**

3. Podjetja naj krepijo posebno dostojanstvo človeškega dela, saj bodo s tem koristna za človeško skupnost.
4. Podjetja naj v duhu subsidiarnosti dajejo zaposlenim priložnost, da na primeren način samostojno delujejo in odločajo ter s tem prispevajo k izpolnjevanju poslanstva organizacije.

### **Ustvarjanje trajnega bogastva in njegova pravična delitev**

5. Podjetja naj bodo vzor upravljanja z viri – kapitalskimi, človeškimi ali okoljskimi – ki so jih prejeli.
6. *Podjetja naj pravično delijo vire med vse, ki so vpeti vanje: zaposlene, stranke, investitorje, dobavitelje in širšo skupnost.*

## USTVARJANJE TRAJNEGA BOGASTVA IN NJEGOVA PRAVIČNA DELITEV

51. Podjetniki s svojo ustvarjalnostjo povezujejo talente in delovno silo, uporabljajo kapital in druge vire, ki so bogastvo zemlje, ter na ta način ustvarjajo dobrine in storitve. Če je njihovo delo učinkovito, nastanejo dobro plačana delovna mesta, ustvarja se dobiček, investitorji dobijo svoj delež in vsak, ki je povezan s podjetjem, ima od tega korist. Cerkev priznava, da je dobiček upravičeno tisti dejavnik, ki dokazuje, da podjetje deluje dobro. Če namreč podjetje ustvarja dobiček, to običajno pomeni, da so bili proizvodni dejavniki uporabljeni za pravi namen in da je bilo za človeške potrebe primerno poskrbljeno.<sup>35</sup> Dobičkonosno podjetje, ki ustvarja bogastvo in večja blaginjo, namreč pomaga posameznikom pri razvoju in skrbi za skupno dobro družbe. Vendar pa ustvarjanje bogastva ni omejeno samo na finančni dobiček. Pomen besede 'bogastvo' namreč opozarja na širšo idejo 'blaginje': na telesno, umsko, duševno, moralno in duhovno blagostanje ljudi. In ekonomska vrednost bogastva je neločljivo povezana s to širšo idejo blaginje.

52. *Upravljanje z viri* – Sveto pismo uči, da dobri oskrbniki ustvarjalno in plodovito skrbijo za vire, ki so jim zaupani.<sup>36</sup> Niso torej zgolj tisti, ki prejemajo od bogastva stvarstva, ampak svoje talente in sposobnosti uporabljajo za to, da bi iz tega, kar jim je bilo zaupano, ustvarili še več. V kontekstu podjetništva je eden izmed kazalnikov uspešnosti finančni dobiček – presežek prihodkov nad stroški, ki podjetju omogoča trajen obstoj. Najboljši poslovni voditelji zato z viri ravnajo učinkovito in skrbijo za primerno raven dohodkov in marž, za primeren tržni delež, za produktivnost in učinkovitost, da bi s tem zagotovili podjetju možnosti za življenje. Če namreč ni denarja, ga ni mogoče deliti in podjetje ne more obstati.

<sup>35</sup> Janez Pavel II., *Okrožnica Ob stoletnici*, 35.

<sup>36</sup> Mt 25,14–30.



53. Dobičkonosnost torej kaže, kakšno je stanje v podjetju, vendar pa ni niti edini niti najpomembnejši dejavnik med tistimi, po katerih moramo ocenjevati poslovanje.<sup>37</sup> Dobiček je sicer nujen za ohranjanje podjetja pri življenju; toda »zasledovanje dobička zaradi njega samega na račun slabega izdelka in brez želje po skupnem dobrem kot zadnjem smotru tvega, da bo uničevalo bogastvo in ustvarjalo revščino.«<sup>38</sup> Dobiček je torej kot hrana. Organizem mora jesti, vendar to ni glavni smisel njegovega življenja. Dobiček je dober služabnik, vendar slab gospodar.

54. Čeprav so finančni viri pomembni, je pomembno tudi ravnanje z okoljem, tako z naravnim kot s kulturnim. Kot je zapisal papež Benedikt XVI., je okolje »Bog podaril vsem. Pri ravnanju z njim smo odgovorni revežem, prihodnjim rodovom in vsemu človeštvu.«<sup>39</sup> Stvarstvo namreč v sebi nosi red, ki ga odkrivamo, ne pa ustvarjamo. Živa bitja in naravni svet sicer lahko razumno uporabljamo za služenje pristnim človeškim potrebam. Vendar pa imamo kot božji sodelavci pri razkrivanju stvarstva dolžnost, da spoštujemo svet okoli sebe, ne pa da ga napadamo. Ta svet torej lahko svobodno obdelujemo, ne smemo pa ga opustošiti. Ali kot pravijo prva poglavja Prve Mojzesove knjige, poklicani smo, da varujemo svet in mu gospodujemo, da ga obdelujemo in ga napravimo rodovitnega, nimamo pa pravice, da bi ga izkoriščali po svoji volji.

55. *Pravična delitev* – Podjetja in njihovi voditelji ustvarjajo bogastvo in blaginjo, zato morajo najti načine, kako to bogastvo pravično razdeliti med zaposlene (v skladu z načelom pravičnega plačila), stranke (pravične cene), lastnike (pravičen donos), dobavitelje (pravične cene) in skupnost (pravični davki).<sup>40</sup>

56. Če se strinjamo, da je božje stvarstvo namenjeno vsem – revnim in bogatim, mogočnim in šibkim, sedanosti in priho-

---

<sup>37</sup> Janez Pavel II., Okrožnica *Ob stoletnici*, 35.

<sup>38</sup> Benedikt XVI., Okrožnica *Ljubezen v resnici*, 21.

<sup>39</sup> Benedikt XVI., Okrožnica *Ljubezen v resnici*, 48.

<sup>40</sup> Papeški svet Pravičnost in mir, *Kompendij družbenega nauka Cerkve*, 171–181.

dnosti – iz tega sledi, da je na virih, ki so poverjeni človeštvu, »socialna hipoteka«. <sup>41</sup> V skladu s katoliško družbeno tradicijo se ta obveznost nanaša tako na imetje kot na kapital. Sicer bi morala biti imetje in kapital na splošno v zasebni lasti, toda pravica do zasebne lastnine mora biti »podrejena tisti pravici do uporabe stvarstva, ki je skupna vsem; dobrine so namenjene prav vsem.« <sup>42</sup> To načelo spodbuja poslovneže, naj pretehtajo, kako na delitev bogastva učinkuje postavljanje cen, določanje plač, delitev lastništva in dividend, način plačevanja računov in tako naprej. Vendar pa njihove odločitve ne smejo stremeti k *enakovredni*, temveč k *pravični* delitvi bogastva, ki zadovoljuje potrebe ljudi, nagrajuje njihov prispevek in tveganje ter ohranja in razvija finančno zdravje podjetja. Če pa ljudem onemogočamo upravičen dostop do sadov zemlje, posebej do tistih, ki so nujni življenje, s tem nasprotujemo božji zapovedi človeštvu, naj odkriva, obdeluje in uporablja njene darove.

### III. PODJETJE KOT OBČESTVO LJUDI

57. Teh šest načel opozarja na namen podjetja, za katerega je blaženi Janez Pavel II. dejal, da »ni samo pridobivanje dobička, temveč tudi uresničevanje *občestva ljudi*, ki na različne načine težijo k doseganju svojih temeljnih koristi in sestavljajo posebno skupino v službi celotne družbe.« <sup>43</sup> Čeprav se besedna zveza »občestvo ljudi« <sup>44</sup> v današnji poslovni literaturi ne uporablja pogosto, pa dejansko najbolje izraža popolno uresničitev tega, kar podjetje (ang. company) oziroma korporacija (ang. corporation) je. Beseda 'company' namreč izhaja iz latinskih besed *cum* (skupaj) in *panis* (kruh), kar pomeni 'skupaj lomiti kruh', beseda 'corporation' pa iz besede *corpus* (telo) in pomeni skupino ljudi, 'združenih v eno telo'.

---

<sup>41</sup> Janez Pavel II., Okrožnica *O skrbi za socialno vprašanje*, 42.

<sup>42</sup> Janez Pavel II., Okrožnica *O človeškem delu*, 14.

<sup>43</sup> Janez Pavel II., Okrožnica *Ob stoletnici*, 35.

<sup>44</sup> Janez Pavel II., Okrožnica *Ob stoletnici*, 43.

58. Če poslovni subjekt razumemo kot občestvo ljudi, postane jasno, da vezi, ki nas držijo skupaj, ne izhajajo samo iz pravnih pogodb ali skupnih interesov, ampak iz zavezanosti resničnim dobrinam, ki jih delimo z drugimi, da bi služili svetu. Nevarno in narobe bi bilo torej, če bi podjetje razumeli le kot 'skupnost deležev', v kateri so zasebni interesi, pogodbe, korist in kar največji finančni dobiček njen edini smisel. Bistvena značilnost dela je namreč, da »ljudi predvsem združuje. V tem obstaja socialna moč dela: moč za graditev skupnosti.«<sup>45</sup> In če delo razumemo na tak način, nam to pomaga, da se lahko izognemo duhovni revščini, ki se v tržnem gospodarstvu pogosto pojavlja zaradi pomanjkanja človeških odnosov znotraj podjetij in okrog njih.<sup>46</sup>

59. Zgraditi podjetje kot občestvo ljudi, ki temelji na navedenih šestih načelih, ni lahko. Uveljaviti načine delovanja in odločanja, ki bodo oblikovali občestvo oseb med zaposlenimi, je še poseben izziv za velike mednarodne korporacije. Je pa lahko voditeljem velikih in malih podjetij v veliko pomoč življenje v skladu z lastnimi vrednotami, v pomoč so jim lahko navade, ki izboljšujejo življenje, in značajske lastnosti, ki so bistvenega pomena za katerikoli poklic. Dve zelo pomembni vrednoti poslovneža, ki ju bomo v nadaljevanju podrobneje raziskali, sta praktična modrost in pravičnost. Pravzaprav ni ničesar, kar bi lahko nadomestilo zdravo razsodnost (praktična modrost) in dobre odnose (pravičnost). Navedena načela namreč ne dajejo vsega, kar je potrebno za dobro presojo in odgovor na izzive vsakdanjega dela. Ne ponujajo osnutkov in tehničnih rešitev, niti nimajo tega namena. Družbenoetična načela, ki jih kristjanom osvetljuje evangelij, zgolj usmerjajo na pot do dobrega podjetja, konkretno krmarjenje pa je prepuščeno izkušeni in razumni presoji poslovnežev, ki modro obvladujejo zapleten položaj in napetosti, ki se pojavljajo v posameznih konkretnih primerih.

---

<sup>45</sup> Janez Pavel II., *Okrožnica O človeškem delu*, 20

<sup>46</sup> Benedikt XVI., *Okrožnica Ljubezen v resnici*, 53.

## »PRIČE DEJANJ«: UDEJANJANJE PRIZADEVANJ

60. Blaženi Janez Pavel II. je zapisal: »Cerkev se danes bolj kakor kadarkoli prej zaveda, da mora njeno socialno oznanilo najti verodostojnost bolj v pričevanju del kakor v notranji pravilnosti in logiki.«<sup>47</sup> *Priče dejanj*, ki so v veliki večini verni laiki, pa niso »samo pasivni uporabniki, ampak protagonisti družbenega nauka Cerkve v tistem ključnem trenutku, ko ga je treba udejanjiti. Zaradi izkušenj in posebnih znanj s svojega področja pa so tudi cenjeni sodelavci pastirjev pri njegovem oblikovanju.«<sup>48</sup>

61. Krščanski poslovneži so možje in žene dejanj, ki so pokazali pristnega podjetniškega duha, to so ljudje, ki prevzemajo od Boga dano odgovornost ter velikodušno in zvesto sprejemajo svoje podjetniško poslanstvo. Vodi pa jih veliko več kot le finančni uspeh, razsvetljeni interesi ali abstraktna družbena pogodba, kakor pogosto pravijo ekonomska literatura ali učbeniki s področja upravljanja. Vera krščanskim poslovnežem namreč omogoča, da na svet gledajo veliko širše in se zavedajo, da v njem deluje Bog in da interesi in želje posameznikov niso njegova edina gonilna sila.

62. Poslovneže v življenju po evangeliju podpirajo in vodijo Cerkev in tudi združenja krščanskih poslovnežev.<sup>49</sup> Brez ljudi, ki jo izvajajo, in organizacij, ki jih pri tem podpirajo, bi namreč katoliška družbena tradicija postala zgolj mrtva črka na papirju, ne pa živa resničnost. Kakor pravi sv. Jakob, je namreč vera, če nima del, mrtva (Jak 2,17).

---

<sup>47</sup> Janez Pavel II., *Okrožnica Ob stoletnici*, 57.

<sup>48</sup> Benedikt XVI. Nagovor udeležencem ob 50. obletnici Okrožnice *Mati in učiteljica*, 16. maja 2011. Dostopno na: [http://www.vatican.va/holy\\_father/benedict\\_xvi/speeches/2011/may/documents/hf\\_benxvi\\_spe\\_20110516\\_justpeace\\_en.html](http://www.vatican.va/holy_father/benedict_xvi/speeches/2011/may/documents/hf_benxvi_spe_20110516_justpeace_en.html).

<sup>49</sup> Nekatere izmed teh organizacij so UNIAPAC in njene podružnice, Legatus, Woodstock Business Conference, nova gibanja, kot so 'občestvena ekonomija' gibanja Fokolarov, 'Compagnia delle Opere' gibanja Občestvo in osvoboditev (Comunione e liberazione), skupine investitorjev, kot je Interfaith Center for Corporate Responsibility, pa tudi druge organizacije in gibanja.

63. Žal pa so v poslovnem svetu tudi verni ljudje, ki ne pričujejo za svojo vero in moralna prepričanja in jih to dvojje ne navdihuje. Doživeli smo namreč že mnogo škandalov, v katere so bili vpleteni voditelji, ki so zlorabili svoj vodstveni položaj. Podlegli so grehom napuha, pohlepa, poželenja in drugim smrtnim razvadam. Ni pa boleče gledati samo teh velikih primerov; žalostno je tudi, da obstajajo kristjani, ki se sicer niso zapletli v škandale in nezakonite dejavnosti, so se pa prilagodili temu svetu in živijo, kakor da bi Boga ne bilo. Ne samo, da živijo v svetu, postali so tudi *od* sveta. Toda če krščanski poslovneži v svojih podjetjih ne živijo po evangeliju, s svojim življenjem »pristni obraz Boga in religije bolj zakrivajo kakor pa odkrivajo.«<sup>50</sup>

64. Vera ima namreč tudi družbene posledice; ni zgolj zasebna zadeva. Družbeni nauk Cerkve zato »spada v resnici k poslanstvu Cerkve, da oznanja vero; spada h krščanskemu oznanilu, ker postavlja pred oči konkretne posledice za življenje v družbi in s tem vsakdanje delo ter z njim povezan boj za pravičnost vključuje v pričevanje za Kristusa Odrešenika.«<sup>51</sup> Družbena načela Cerkve torej pozivajo poslovne voditelje, naj delujejo, zaradi sedanjega ozračja, ki je polno izzivov, pa je način njihovega delovanja pomembnejši kot kadarkoli.

65. Okrožnica papeža Benedikta XVI. *Ljubezen v resnici* predlaga, kako delovati. Razlaga, da je ljubezen – »sprejeta in darovana« – središče družbenega nauka Cerkve.<sup>52</sup> Ljubezen je namreč »poglavitna gonilna sila za doseg resnične napredka vsakega človeka in vsega človeštva.«<sup>53</sup> Ko torej govorimo delovanju poslovnih voditeljev, gre tako za »sprejemanje« kot za »dajanje«.

66. *Sprejemanje* – Prvo, kar mora napraviti poslovni voditelj, pa tudi vsak kristjan, je to, da sprejema; natančneje rečeno, da sprejema, *kar je Bog naredil zanj*. Toda sprejemanje je lahko za

---

<sup>50</sup> Pastoralna konstitucija *Cerkev v sedanjem svetu*, 19.

<sup>51</sup> Janez Pavel II., Okrožnica *Ob stoletnici*, 5.

<sup>52</sup> Benedikt XVI., Okrožnica *Ljubezen v resnici*, 5.

<sup>53</sup> Benedikt XVI., Okrožnica *Ljubezen v resnici*, 1.

poslovneže še posebej težka naloga. Načeloma jih namreč bolj zanima delovanje kot pa sprejemanje, zlasti še v današnjem svetu globalnega gospodarstva, zapletenih komunikacijskih tehnologij in financiranja poslovanja. Vendar pa lahko, če ne zavzamejo drže sprejemanja, poslovneži dobijo kvaziničejanski kompleks 'nadčloveka' ('supermana'). Nekateri so namreč v skušnjavi, da bi samega sebe imeli za tistega, ki *določa* in *ustvarja* svoja načela, namesto da bi jih zgolj *sprejemal*.<sup>54</sup> Poslovneži torej lahko vidijo samo svojo ustvarjalnost, inovativnost, delavnost in plodovitost, toda če zanemarijo razsežnost sprejemanja, se narobe umestijo v svet ter precenijo svoje dosežke in delo.

67. Še preden je postal papež, je Benedikt XVI. zapisal, da »človek v globini ne prihaja k samemu sebi s tem, kar dela, ampak s tem, kar sprejema,«<sup>55</sup> ne s tem, kar dosega, ampak s tem, kar prejme. Gotovo, samo človeški dosežki vodijo v delno izpolnitev; zato pa moramo poznati tudi moč in milost, ki jo prinaša sposobnost sprejemanja. Zavračanje sprejemanja pa najdemo že na začetku, v pripovedi o padcu Adama in Eve, ki jima je Bog zapovedal, naj ne jesta »z drevesa spoznanja dobrega in hudega« (1 Mz 2,17). Moralni zakon namreč daje Bog, mi pa ga lahko samo sprejmemo.<sup>56</sup> Družbena načela Cerkve, ki so razložena zgoraj, pa preslikavajo ta moralni zakon na poslovni svet. In če poslovni voditelji sprejmejo svoje poslanstvo, so odprti tudi za sprejemanje načel, ki krepijo celostni razvoj tistih, ki so kakorkoli povezani z njihovim podjetjem.

68. Če darove duhovnega življenja sprejmemo in jih vtremo v svoje delo, nam dajejo milost, ki jo potrebujemo za preseganje razdeljenega življenja, in nas počlovečujejo, še posebej pri delu. Prvo dejanje, h kateremu Cerkev poziva krščanskega poslovneža, pa je to, da naj prejema zakramente, bere Sveto pismo, posvečuje nedeljo, moli, premišljuje in sprejema druge prvine duhovnega ži-

---

54 Friedrich Nietzsche, *Onkraj dobrega in zlega*, Slovenska Matica, Ljubljana 1988, 176.

55 Joseph Ratzinger, *Uvod v krščanstvo*, Celjska Mohorjeva družba, Celje 2005, 196.

56 Janez Pavel II., *Okrožnica Sijaj resnice – Veritatis splendor*, Cerkevni dokumenti 52, Družina, Ljubljana 1994, 35.

vljenja. In to niso dejavnosti, ki bi bile kristjanu na izbiro, niti niso zgolj zasebna dejanja, ki bi bila ločena od poslovnega življenja in ne bi imela z njim nobene veze.

69. Nedelja, na primer, ne pomeni samo počitka od dela. Verjetno se zdi protislovno, toda šele ko se odmaknemo od dela, vidimo njegov najgloblji pomen. Papež Benedikt XVI. to povezavo razlaga z besedami, da »je krona svetopisemskega nauka o delu v zapovedi počitka«. <sup>57</sup> Počitek v Bogu namreč postavlja delo v nov kontekst – v kontekst neprestanega razkrivanja obilnega božjega daru, stvarstva. Zakramentalno čaščenje zato ni *beg* iz poslovnega sveta, ampak nam daje prostor, da lahko globlje vidimo *resničnost* sveta in premišljujemo o božjem delu. Božje razodetje, ki ga lahko sprejmemo, ne moremo pa ga doseči, nam razkriva, da njegov Duh preveva materialni svet, da milost izpopolnjuje naravo in da čiščenje posvečuje delo. Prav zato pa evharistija najgloblje izraža nedeljo. Pri evharistiji namreč najgloblje in najbolj vidimo »delo človeških rok«, ki sodelujejo pri božjem odrešenjskem delu: po človeškem delu, ki ga božje delo povzdiguje, kruh in vino postaneta Resnična Navzočnost, navzočnost, ki ima moč, da lahko odreši svet. <sup>58</sup>

70. Božja razsežnost je v vsakdanjem življenju lahko skrita in zatrta, še posebej v globalnem, visokotehnološkem gospodarstvu, v katerem je glavno gonilo denar, in v okoljih, v katerih Cerkev ne more oznanjati in živeti svojega družbenega sporočila. Prav zato blaženi Janez Pavel II. vabi poslovne voditelje in delavce, naj razvijajo duhovnost dela, da bodo z njeno pomočjo lahko videli, kakšno vlogo imajo v božjem stvariteljskem in odrešenjskem načrtu, ter prejeli moč in tiste vrline, ki so potrebne za odgovor na Božji klic. <sup>59</sup> Če poslovneži ne zajemajo pri izviru molitve in premišlje-

---

<sup>57</sup> Benedikt XVI., *Man Is Subject and Protagonist of Work* (Pridiga na praznik sv. Jožefa), Vatikan, 19. marca 2006; URL=[http://www.vatican.va/holy\\_father/benedict\\_xvi/homilies/2006/documents/hf\\_ben-vi\\_hom\\_20060319\\_lavoratori\\_en.html](http://www.vatican.va/holy_father/benedict_xvi/homilies/2006/documents/hf_ben-vi_hom_20060319_lavoratori_en.html).

<sup>58</sup> Prim. Janez Pavel II., Apostolsko pismo *Gospodov dan – Dies Domini*, Cerkveni dokumenti 78, Družina, Ljubljana 1998.

<sup>59</sup> Janez Pavel II., Okrožnica *O človeškem delu*, 24.

vanja, si je, na primer, težko misliti, da se bodo lahko uprli negativnim vidikom informacijske tehnologije, hitenju in gonji po stornilnosti, ki škodujejo kakovostnemu premisleku, potrpežljivosti, pravičnosti in praktični modrosti. Informacijske tehnologije nas namreč spodbujajo k takojšnjim odločitvam, ki s seboj prinašajo svojo lastno logiko in nas, če ne pri svojem poslovnem delovanju ne razmišljamo dovolj in če nimamo urejenega načina delovanja, ovirajo pri uveljavljanju družbenih načel Cerkve.

71. *Dajanje* – Drugo dejanje, h kateremu Cerkev vabi poslovneža, pa je *dajanje*, s katerim le-ta *odgovarja* na to, kar je prejel. Vendar pa pri tovrstnem dajanju ne gre zgolj za to, da bi dali tisto najmanj, kar zahteva zakonodaja; gre namreč za pristen vstop v občestvo z drugimi, da bi ustvarili boljši svet. Človek, ki podarja samega sebe, se torej ne sprašuje, »kako daleč *moram* iti, temveč kako daleč *lahko* grem.«<sup>60</sup> Dajanje pa poslovneže pripelje tudi do temeljnih vprašanj njihovega poslanstva: Kako sprejemanje božje ljubezni oživlja odnose med ljudmi, ki so vpleteni v poslovanje mojega podjetja? Kakšne poslovne rešitve in kakšni načini delovanja bodo pospeševali celostni razvoj ljudi?

72. Obstajajo poslovneži, ki preko dobrin in storitev, ki jih ustvarjajo in zagotavljajo, dajejo same sebe, saj delo organizirajo na tak način, da je dobro in plodovito, ustvarjajo trajno bogastvo in ga pravično delijo. Družbena načela Cerkve namreč pomagajo poslovnim subjektom vzpostaviti tak način delovanja, ki krepi celostni razvoj ljudi. To pomeni, da na zahteve, s katerimi se srečujejo, odgovarjajo s takimi načini delovanja in s takimi politikami, ki pospešujejo osebno odgovornost, inovativnost, poštene cene, pravičen donos lastnikom, človeške delovne razmere, odgovoren odnos do okolja, družbeno in socialno odgovorno (ali etično) vlaganje ter celo vrsto drugih stvari, kot so zaposlovanje, odpuščanje, vodenje podjetja, izobraževanje zaposlenih in odnos do dobaviteljev.

---

<sup>60</sup> Hans Urs von Balthasar, *Christlicher Stand*, Johannes Verlag, Einseideln 1977, 36.



73. Poleg urejanja teh notranjih zadev pa se poslovneži (skupaj z vladami in nevladnimi organizacijami) ukvarjajo tudi s širšimi vprašanji, kot so mednarodne uredbe, boj proti korupciji, transparentnost, davčna politika ter okoljski in delovni standardi. Svoj vpliv na tem področju pa morajo posamezniki in skupnost uveljaviti za pospeševanje človeškega dostojanstva in skupnega dobrega, ne pa zgolj za ozke interese kateregakoli posameznega déležnika.

74. Ni stvar Cerkve, da bi podrobno predpisovala ravnanje poslovnežev. Oblikovanje predpisov je namreč naloga tistih, ki delujejo v poslovnem svetu, in to delo v glavnem opravljajo laiki. Cerkveno učiteljstvo torej nima tehničnih rešitev, ki bi jih lahko ponudilo, ali modelov, ki bi jih postavilo za zgled; toda Cerkev vseeno uči, da »prave rešitve 'socialnega vprašanja' ni mogoče najti zunaj evangelija.«<sup>61</sup> Papež in škofje, uradni učitelji v Cerkvi, poslovnežem družbenega nauka Cerkve ne oznanjajo zato, da bi jim naložili breme, ampak da bi jim razkrili duhovni pomen njihovih dejanj in družbeno vlogo podjetja kot ustanove. Kot je zapisal papež Benedikt XVI. v okrožnici *Ljubezen v resnici*: »Ko človekovo delo na zemlji navdihuje ljubezen, prispeva k zidanju tistega vesoljnega *božjega mesta (civitas Dei)*, h kateremu je usmerjena zgodovina človeške družine.«<sup>62</sup> Če torej evangelij oblikuje »nove stvari«, s katerimi se poslovnež sooča v našem vedno bolj globalnem in tehnološkem gospodarstvu, v katerem ima glavno besedo denar, potem jih ne vidi samo v njihovi tehnični ali tržni razsežnosti, ampak kot tiste, ki vplivajo na celostni razvoj človeka.

75. Prav zato pa je pomemben del poslanstva krščanskih poslovnežev delovanje v skladu z vrednotami, posebej še v skladu z modrostjo in pravičnostjo. Modri poslovneži v praktičnih zadevah torej ravnajo preudarno in z modrostjo oblikujejo tudi konkretne načine delovanja in politike, ne le abstraktnih izjav o poslanstvu. In prav zato gre tu za *praktično* modrost, saj le-ta uvaja učinko-

---

<sup>61</sup> Janez Pavel II., Okrožnica *Ob stoletnici*, 5.

<sup>62</sup> Benedikt XVI., Okrožnica *Ljubezen v resnici*, 7.

vite in pravične načine delovanja, ki krepijo dobre odnose med vsemi déležniki, ter oblikuje rešitve, ki družbena načela Cerkve ustvarjalno vključujejo v delovanje podjetja, zaradi česar postaja bolj človeško.

76. Ko se poslovneži soočajo spopadajos konkretnimi težavami, ki zahtevajo ustrezne rešitve, mora njihova dejanja voditi »*previdno* tehtanje dejanskih razmer«. <sup>63</sup> Toda previdna presoja ne temelji le na oceni trga ali tehničnih ocenah. Previdnost je bila sicer pogosto zožena na pametne odločitve voditeljev, ki so služile zgolj njihovim zasebnim interesom. Vendar pa pri tem ne gre za vrlino previdnosti, ampak za greh neupoštevanja zahtev pravičnosti. Resnična previdnost namreč oblikuje mišljenje poslovneža s tem, da mu zastavlja prava vprašanja in mu tako razkriva najboljše načine delovanja, ki omogočajo izgradnjo dobrega in pravičnega podjetja, ki bo lahko prispevalo k skupnemu dobremu.

77. Če torej hočemo razviti previdno mišljenje, moramo poznati vire, ki so na voljo podjetju, in razumeti njegove edinstvene okoliščine. Praktična modrost namreč zahteva, da to, kar v skladu z družbenoetičnimi načeli *moramo* storiti, pretvorimo v stvarne in *možne* konkretne rešitve situacij (in pri tem upoštevamo sredstva in vire, ki so nam na voljo). Praktična modrost, kar zadeva pravično plačilo, na primer, vedno upošteva, da mora biti plačilo sprejemljivo tudi za podjetje. Toda če podjetje plačila ni zmožno takoj prenesti, se poslovneži, ki ravnajo v skladu z vrlinami, na tej točki ne smejo ustaviti in se ne podrediti silam trga. Še enkrat morajo premisliti, kako poslujejo in kako bi lahko ustvarjalno spremenili svoj položaj, da bi imeli dobre odnose s svojimi zaposlenimi. To pa lahko pomeni, da je treba uvesti spremembe na ravni organizacije dela in delovnih mest, se preusmeriti na druge izdelke ali pa na novo opredeliti razmerja med plačami. Če pa res ni mogoče, da bi podjetje dalo pravično plačilo, čeprav je storilo vse, kar smo našli, potem mu morajo

<sup>63</sup> Benedikt XVI., Okrožnica *Ljubezen v resnici*, 47.

posredni delodajalci, kot so država, sindikati in drugi dejavniki, priskočiti na pomoč.<sup>64</sup>

78. Vendar pa ne glede na to, kako pomembni so posredni delodajalci v gospodarstvu, ne smejo nikoli prevzeti odgovornosti neposrednega delodajalca. Podjetja torej svoje odgovornosti ne smejo nikoli povsem prenesti, na primer na zakonodajo ali pogodbo. Vrednote, kot sta praktična modrost in pravičnost, poslovnežu kot neposrednemu delodajalcu pomagajo, da se zaveda vedno večje družbene odgovornosti podjetja v globalnem gospodarstvu. V tem trenutku naše zgodovine, kot razlaga papež Benedikt XVI., »se vedno bolj pogloblja prepričanje, po katerem *uprava podjetja ne sme zastopati le koristi lastnikov, marveč mora skrbeti tudi za vse druge nosilce, ki prispevajo k življenju podjetja*: delavce, stranke, dobavitelje sestavnih delov, človeške skupnosti, ki so od nje odvisne.«<sup>65</sup> To vedno globlje prepričanje pa je povzročilo mnogo teoretičnih in praktičnih prizadevanj na področju poslovne etike in podjetniške družbene odgovornosti. V številnih državah namreč lahko vidimo, da se v sklopu poslovnih združenj in panožnih zvez na regionalni, narodni in mednarodni ravni dogajajo subsidiarni procesi 'samooomejitve'. Mnogi predpisi, ki ščitijo stranke, zaposlene in okolje, so bili namreč učinkovito utemeljeni

---

<sup>64</sup> Izraz 'neposredni delodajalec', ki je za poslovneža zelo pomemben, je skoval papež Janez Pavel II. (Okrožnica *O človeškem delu*, 17). Ko je namreč določen tržni sistem tako konkurenčen in tako disfunkcionalen, da kaznuje pravično obravnavo zaposlenih, namesto da bi jo nagrajeval, od delodajalcev in direktorjev ni mogoče pričakovati, da bodo ustvarjali povsem pravične delovne razmere. Vendar pa je, na primer pravica do plačila, s katerim lahko delavec preživi, odgovornost vseh ljudi, ne samo neposrednih delodajalcev. Toda če določeno podjetje deluje na trgu, na katerem so cene zelo občutljive in razmere težavne, lahko postanejo pritiski po zmanjšanju stroškov dela tako veliki, da delodajalca silijo, da daje tako imenovano tržno plačilo, ki pa lahko ne dosega plačila, s katerim delavec lahko preživlja sebe in svojo družino. Delodajalec je namreč v takem sistemu prisiljen dajati nižje plačilo, plačevati manj dodatkov in zagotavljati slabše delovne razmere, zato da bi lahko tekmoval z drugimi v panogi. Če tega ne bi storil, bi spravil podjetje v slabši položaj v primerjavi s konkurenco. Ne glede na to, kako si neposredni delodajalci želijo dajati plačilo, ki bo delavcu omogočilo preživljati sebe in svojo družino, so torej prisiljeni plačevati delavce po tržnih zakonitostih, saj bodo sicer morali prenehati poslovati. Ta scenarij je sicer najpogostejši v državah v razvoju, kjer so delavci slabo zaščiteni, sindikati onemogočeni, trg dela pa je zasičen, vendar se isto dogaja tudi v razvitih državah. In zato so posredni delodajalci tako ključnega pomena za določanje pravil igre.

<sup>65</sup> Benedikt XVI., Okrožnica *Ljubezen v resnici*, 40.

že v samem poslovnem sektorju, pa čeprav jih je morala občasno uveljaviti tudi zakonodaja. Praktična modrost podjetnikov torej že igra pomembno vlogo in potrebno je poudariti, da se lahko katoliška družbena tradicija na tem področju mišljenja in delovanja še veliko nauči – in temu področju tudi veliko ponudi.

79. Če poslovna etika in podjetniška družbena odgovornost napeljujeta k dejanjem, ki so v nasprotju z družbenim naukom Cerkve, to pomeni, da nismo povsem dobro razumeli, kaj pomeni, da smo ustvarjeni »po božji podobi« (1 Mz 1,27) in da se ne zavedamo, kaj je »človekovo neodtujljivo dostojanstvo, pa tudi presežna vrednost naravnih moralnih načel. Gospodarska etika, ki ne bi upoštevala teh dveh stebrov, bi neizogibno tvegala izgubo lastne vrednosti in zašla v nevarnost, da postane sredstvo za dosego drugih ciljev.«<sup>66</sup> Če torej sicer koristna poslovna etika in podjetniška družbena odgovornost nista utemeljeni globoko v človeški kulturi, lahko postaneta žrtev instrumentalizacije in zato ne moreta pospeševati celostnega človeškega razvoja v poslovnem svetu.

80. Dajanje in sprejemanje poudarjata, da se dejavno in molitveno življenje dopolnjujeta. Vendar teh dveh temeljnih razsežnosti našega življenja ni treba najprej uravnotežiti, ampak morata biti predvsem globoko medsebojno povezani. Ta povezanost pa mora izhajati iz zavesti, da potrebujemo Boga, ki je za nas storil velike reči. V zameno za to pa nas Bog prosi, naj bomo njegove roke in noge, naj nadaljujemo njegovo stvarjenje in naj stvarstvo izpopolnujemo, da bo koristilo tudi drugim. Za poslovneža to pomeni, da mora ustvarjati dobrine, ki so resnično dobre, in storitve, ki resnično služijo; da mora delo organizirati tako, da bodo zaposleni razvijali svoje darove in talente, in ustvarjati trajno bogastvo, ki ga je mogoče pravično deliti. (Glej *Dodatek* za 'Vprašanja za izpraševanje vesti poslovnega voditelja', ki te tri cilje umešča v vsakdanje življenje.)

---

<sup>66</sup> Benedikt XVI., *Okrožnica Ljubezem v resnici*, 45.



## SKLEP

81. Ob sklepu tega razmišljanja lahko ugotovimo, da so izzivi, pred katere sta postavljena poslovni svet in širša kultura, veliki. Poslovneži morda sami pri sebi niso prepričani, da so sposobni evangelij vključiti v vsakdanje delo. Ker jih bremenijo zahtevne naloge, s katerimi se pogosto spopadajo, morda dvomijo, da bi družbena tradicija Cerkve lahko postala vodilo njihovega poklicnega življenja.

82. Zato morajo biti poslovneži odprti za podporo in pripombe drugih članov žive Cerkve, ki na njihove dvome in zadržke ne odgovarjajo s strahom in cinizmom, ampak s krepostmi, ki izhajajo iz njihovega poslanstva.

- *Z vero*, ki na njihova dejanja ne gleda zgolj skozi prizmo dosežkov, ampak v širšem kontekstu, skozi prizmo tega, kako v sodelovanju z drugimi njihova dejanja v luči še vedno trajajočega Božjega stvarjenja vplivajo na njih same in na svet.
- *Z upanjem*, da njihovo delo in njihovo podjetje ni vnaprej določeno s silami trga ali pravnimi uredbami, ampak da bodo njihova dejanja pričevala za božje kraljestvo.
- *Z ljubeznijo*, saj njihovo delo ni usmerjeno samo v doseganje lastnih interesov, ampak v razvoj odnosov in izgradnjo skupnosti ljudi.

83. Če hočejo poslovneži izživeti svoje poslanstvo in zvesto slediti svojemu klicu, morajo biti deležni verske vzgoje, ki jim bo pokazala, kakšne možnosti in priložnosti prinaša dobro, ki ga lahko naredijo in ki ga morajo narediti – to je dobro, ki je njim lastno. Za to vzgojo pa so ključnega pomena družina, Cerkev in šola. Tako kot vsi drugi ljudje tudi krščanski poslovneži niso prišli na svet po pogodbi ali s tržno menjavo, ampak jim je bilo življenje podarjeno. Nihče se namreč ne rodi v podjetje, ampak v družino, krščen je v Cerkvi, izobražuje ga šola in sprejme družba.

84. Eden izmed ključnih dejavnikov vzgoje je univerzitetno izobraževanje, kjer se bodoči poslovneži prvič seznanijo z delovanjem, nalogami, načeli in poslanstvom poslovnega sveta. Cerkev s skoraj 1800 visokošolskimi ustanovami po vsem svetu, med katerimi jih ima približno 800 tudi poslovne fakultete, tudi sama vlaga v vzgojo bodočih poslovnih voditeljev. Nekatere izmed teh šol so med najboljšimi na svetu. Njihovo izobraževanje hoče povezati strokovno znanje z bogatim dialogom med vero in razumom, ki daje na voljo svoja orodja, da bi se lahko soočili s sodobnimi izzivi, na katere naletimo v poslovnem svetu in širši kulturi.<sup>67</sup> Katoliško poslovno izobraževanje je na tem področju že veliko doseglo, vendar pa se mora spopadati z vedno novimi izzivi.

85. Pri poslovnem izobraževanju tako kot pri kateremkoli drugem poklicnem izobraževanju ne gre zgolj za osvajanje znanja in učenje teorije. Ker katoliško visokošolsko izobraževanje ostaja zvesto svoji tradiciji, se namreč ne more izogniti poučevanju o moralnem nauku in družbenih načelih Cerkve ter o modrosti in pravičnosti, ki sta pomembni razsežnosti poslovnega sveta. Kakovostno poslovno izobraževanje torej zajema vse potrebno teoretično znanje, učenje vseh ustreznih veščin ter temeljito poznavanje moralnega nauka in družbenih načel Cerkve, ki morajo poživljati poklicno delovanje. Pretirano poudarjanje enega izmed teh področij pa ne more zapolniti praznine, ki nastane zaradi zanemarjanja drugega.

86. Dandanes študentje ekonomije podrobno spoznavajo teorijo in zelo natančno poznajo tehnične veščine, vendar pa na žalost nekateri zapuščajo univerzo brez ustrezne etične in duhovne formacije, ki bi poskrbela, da bodo svoje znanje in sposobnosti uporabljali v dobro drugih in za širjenje skupnega dobrega. Nekateri tako končajo šolanje zelo dovzetni za razdeljeno življenje,

---

<sup>67</sup> Janez Pavel II., *Constitutio apostolica Ex Corde Ecclesiae*, 95 (*Apostolska konstitucija Iz srca Cerkve*), 15. avgusta 1990, Libreria Editrice Vaticana, Vaticano 1990. Dostopno na: [http://www.vatican.va/holy\\_father/john\\_paul\\_ii/apost\\_constitutions/documents/hf\\_jp-ii\\_apc\\_15081990\\_ex-corde-ecclesiae\\_en.html](http://www.vatican.va/holy_father/john_paul_ii/apost_constitutions/documents/hf_jp-ii_apc_15081990_ex-corde-ecclesiae_en.html)

namesto da bi imeli temelje, ki bi jim pomagali živeti celostno. Razmislek o tu predstavljenih idejah lahko prispeva k popolnejši formaciji teh študentov in jih nauči, da bodo postali zelo načelni in učinkoviti poslovneži. Učitelji morajo spodbujati svoje študente, da odkrivajo dobro v sebi in sledijo klicu, naj svoje poklicne sposobnosti in spodobnost presoje uporabijo za krepitev dobrega v svetu.

87. Podjetnike, poslovneže in vse, ki delajo v poslovnem svetu, spodbujamo, naj svoje delo prepoznajo kot resnično poslanstvo in naj odgovorijo na božji klic v duhu resničnih učencev. S tem namreč prevzemajo častno nalogo služenja bratom in sestram in gradijo božje kraljestvo. To sporočilo hoče navdihovati in spodbujati poslovneže in jih vabi, naj vedno bolj poglobljajo svojo zvestobo pri delu. Navdihujejo nas mnoga dejanja, s katerimi so laiški voditelji in poslovneži prispevali k uveljavljanju družbenega nauka Cerkve v praksi. Vabimo vzgojitelje in katehiste na župnijski in škofijski ravni, še posebej pa profesorje s področja ekonomije, naj ta dokument preučujejo skupaj s svojimi študenti in naj jih spodbujajo, da bodo pri svojem poslovnem delovanju spoštovali in pospeševali človeško dostojanstvo ter krepili skupno dobro. Upamo, da bo to spodbudilo razprave v podjetjih in na univerzah in da bo poslovnim voditeljem, profesorjem in študentom pomagalo *videti* izzive in priložnosti v svetu dela; *presojati* te izzive v skladu z družbenimi načeli Cerkve; in *delovati* tako, da bodo voditelji, ki služijo Bogu.





## DODATEK

### VPRAŠANJA ZA IZPRAŠEVANJE VESTI KRŠČANSKEGA POSLOVNEŽA

- Ali razumem delo kot božji dar?
- Ali s svojim delom kot 'so-stvarnik' resnično sodelujem pri izvirnem Stvarnikovem delu?
  - Ali s svojim delom pospešujem kulturo življenja?
  - Ali živim razdeljeno življenje in ločujem evangeljska načela od svojega dela?
  - Ali redno prejemam zakramente in skrbim za to, da podpirajo in vodijo moje poslovno delovanje?
  - Ali berem Sveto pismo ter molim in prosim za to, da ne bi živel razdeljenega življenja?
  - Ali se na duhovni poti z drugim krščanskimi poslovneži (kolegi) medsebojno podpiramo?
  - Ali si prizadevam, da bi se čim več naučil o družbenem nauku Cerkve in na ta način usmerjal svoje poslovno delovanje?
  - Ali se zavedam, da bom, če bom pri sprejemanju poslovnih odločitev resno jemal dostojanstvo človeka, s tem pospeševal celostni človeški razvoj in hkrati svoje podjetje napravil učinkovitejši, prožnejši in bolj dobičkonosno?

### ZADOVOLJEVANJE POTREB SVETA

- Ali se zavedam, da mora moje podjetje skrbeti za vse, ki prispevajo k njegovemu delovanju, in ne zgolj za interese lastnikov?
  - Ustvarjam premoženje z lastnim delom ali na račun drugih?
  - Ali si morda prizadevam za uničenje konkurence?
  - Ali se moje podjetje po svojih najboljših močeh trudi prevzeti odgovornost za postransko škodo in nezaželene posledice svojega delovanja (kot so okoljska škoda in drugi negativni vplivi na dobavitelje, lokalno skupnost in tudi konkurenco)?

- Ali se zavedam, kako zelo so za zagotavljanje ustrezne ravni zaščite delavcev in družbenega dialoga pomembni močni in dejavni 'posredni delodajalci'?
- Ali se dovolj dobro zavedam, da bodo poslovne odločitve postale instrumentalistične in utilitarne in da ne bodo krepile celostnega človeškega razvoja v poslovnem svetu, če ne bodo globoko zakoreninjene v dostojanstvu človeške osebe?
- Ali redno ocenjujem, do kakšne mere moje podjetje zagotavlja izdelke in usluge, ki odgovarjajo na pristne človeške potrebe in krepijo odgovorno potabo?

## **ORGANIZACIJA DOBREGA IN UČINKOVITEGA DELA**

- Ali je delo v mojem podjetju organizirano tako, da imajo zaposleni samostojnost, ki je primerna za njihovo raven? Z drugimi besedami, ali v sistemu vodenja podjetja pri organizaciji človeških virov upoštevam načelo subsidiarnosti?
- Ali sprejemam tveganje, ki ga prinašajo odločitve zaposlenih na nižjih ravneh, da bi jim s tem zagotovil resnično samostojnost?
- Ali so naloge in odgovornosti v mojem podjetju razdeljene tako, da čim bolj izkoriščajo talente in sposobnosti tistih, ki te naloge opravljajo?
- Ali sem zaposlene izbral in usposabljal na tak način, da bodo lahko v celoti prevzeli svoje odgovornosti?
- Ali sem jasno določil, kakšne so te odgovornosti in kaj je njihovo delovno področje?
- Ali skrbim za to, da moje podjetje zagotavlja varne delovne razmere, da daje plačilo, s katerim delavec lahko preživi, da delavce ustrezno usposablja in jim daje možnost, da se lahko sami organizirajo?
- Ali sem vpletel niz jasno opredeljenih vrednot v delovanje podjetja in kakovost dela preverjal v njihovi luči? Ali s svojimi zaposlenimi odkrito govorim o njihovi uspešnosti?

- Je v vseh državah, v katerih deluje moje podjetje, poskrbljeno za zaščito dostojanstva tistih, ki so vanj posredno vpeti, in za razvoj okolja, v katerem podjetje deluje? (Ali imam enak moralni standard na vseh geografskih območjih?)
- Ali sem dal dostojanstvu vseh delavcev prednost pred ustvarjanjem dobička?

## **USTVARJANJE TRAJNEGA BOGASTVA IN NJEGOVA PRAVIČNA DELITEV**

- Ali se kot poslovnež trudim za pravičen donos tistim, ki so prispevali kapital, pravično plačilo zaposlenim, pravične cene strankam in dobaviteljem ter pravične davke lokalni skupnosti?
  - Ali moje podjetje izpolnjuje vse obveznosti do tistih, ki so prispevali kapital, in do lokalne skupnosti ter redno in pošteno poroča o svojem finančnem stanju?
  - Ali moje podjetje skrbi za ustrezno usposabljanje zaposlenih in za to, da bi pridobili raznovrstne delovne izkušnje in tako ostali zaposljivi tudi v primeru gospodarskih težav?
  - Ali moje podjetje zaposlene ustrezno obvešča o stanju v podjetju, jim pomaga pri pre zaposlitvi in jim izplača odpravnino, če gospodarske težave zahtevajo odpuščanje?
  - Ali si moje podjetje prizadeva, da bi po svojih močeh kar najbolj zmanjšalo količino proizvedenih odpadkov ali jih celo povsem odpravilo, in ali na splošno prevzema odgovornost za okolje?

### **NA KRATKO:**

*Ali se kot krščanski poslovnež zavzemam za človeško dostojanstvo in skupno dobro na področjih, na katere lahko vplivam?*

*Ali spoštujem kulturo življenja, pravičnost, mednarodne uredbe, transparentnost, državne okoljske in delavske standarde in boj proti korupciji?*

*Ali se v svojem podjetju zavzemam za celostni razvoj človeka na delovnem mestu?*

## **Koordinatorja**

dr. Michael J. Naughton, Univerza sv. Tomaža, direktor inštituta Johna A. Ryana za katoliški družbeni nauk, Minnesota, ZDA  
s. Helen ALFORD, O. P., dekanica Fakultete za družbene vede, Papeška univerza sv. Tomaža Akvinskega (Angelicum), Rim, Italija

## **Avtorji**

msgr. Anthony FRONTIERO, rektor katedrale sv. Jožefa, Manchester, New Hampshire, ZDA  
dr. Kenneth GOODPASTER, katedra za poslovno etiko, Univerza sv. Tomaža, Minnesota, ZDA  
dr. André HABISCH, profesor krščanske družbene etike in civilne družbe, Katoliška univerza v Eichstättu-Ingolstadt, Nemčija  
dr. Robert KENNEDY, predstojnik oddelka za katoliške študije, Univerza sv. Tomaža, Minnesota, ZDA  
Pierre LECOCQ, predsednik Mednarodnega združenja krščanskih poslovnežev UNIAPAC; predsednik in generalni direktor v INERGY Automotive Systems  
Domènec MELÉ, katedra za poslovno etiko, Univerza v Navarri, Poslovna šola IESE, Barcelona, Španija  
dr. Stefano ZAMAGNI, profesor ekonomije, Univerza v Bologni, Italija

## **Uredniki**

Mark HARRINGTON  
Mary CHILDS  
Elizabeth BRIEL

# VIRI IN LITERATURA

## CERKVENI DOKUMENTI

- CA – OS Janez Pavel II., Okrožnica Centesimus annus – Ob stoletnici, Cerkevni dokumenti 45, Družina, Ljubljana 1991.
- CDSC – KDNC Papeška komisija Pravičnost in mir, Compendio della Dotrina sociale della Chiesa – Kompendij družbenega nauka Cerkevne, Družina, Ljubljana 2007.
- CV – LR Benedikt XVI., Okrožnica Caritas in veritate – Ljubezen v resnici, Cerkevni dokumenti 127, Družina, Ljubljana 2009.
- DCE – BJL Benedikt XVI., Okrožnica Deus caritas est – Bog je ljubezen, Cerkevni dokumenti 112, Družina, Ljubljana 2006.
- ECE – ISC Ex corde Ecclesiae – Iz srca Cerkevne (O cerkvenih univerzah) 1990.
- GS – CS Drugi vaticanski vesoljni cerkveni zbor, Pastoralna konstitucija Gaudium et spes – Cerkev v sedanjem svetu, 1965.
- CCC – KKC Catechismo della Chiesa Cattolica – Katekizem katoliške Cerkevne, Družina, Ljubljana 1993.
- LE – OČD Janez Pavel II., Okrožnica Laborem exercens – O človeškem delu, Cerkevni dokumenti 13, Družina, Ljubljana 1981.
- MM – MU Janez XXIII., Okrožnica Mater et Magistra – Mati in učiteljica, v: J. Juhant – R. Valenčič, Družbeni nauk Cerkevne, Mohorjeva družba, Celje 1994.
- QA – OŠ Pij XI., Okrožnica Quadragesimo anno – Ob štiridesetletnici, v: J. Juhant – R. Valenčič, Družbeni nauk Cerkevne, Mohorjeva družba, Celje 1994.

SRS – OSSV Janez Pavel II., Okrožnica Sollicitudo rei socialis – O skrbi za socialno vprašanje, Cerkevni dokumenti 37, Družina, Ljubljana 1988.

### **Druga literatura**

Janez Juhant – Rafko Valenčič (ur.), Družbeni nauk Cerkevne, Mohorjeva družba, Celje 1994.

Joseph Ratzinger, Uvod v krščanstvo, Celjska Mohorjeva družba, Celje 1975 (1995).

# KAZALO

Spremna beseda . . . . .	5
Povzetek . . . . .	10
UVOD . . . . .	13
Videti poslovni svet: izzivi in priložnosti . . . . .	19
Presojati . . . . .	26
Pomen družbenoetičnih načel . . . . .	26
I. TEMELJNA ETIČNA NAČELA POSLOVNEGA SVETA: ČLOVEŠKO DOSTOJANSTVO IN SKUPNO DOBRO . . . . .	27
II. PRAKTIČNA ETIČNA NAČELA POSLOVANJA . . . . .	30
Zadovoljevanje potreb sveta dobrinami in storitvami . . . . .	30
Organizacija dela na način, da bo dobro in plodovito . . . . .	33
Šest praktičnih načel za poslovni svet . . . . .	38
Ustvarjanje trajnega bogastva in njegova pravična delitev . . . . .	39
III. PODJETJE KOT OBČESTVO LJUDI . . . . .	41
»PRIČE DEJANJ«: UDEJANJANJE PRIZADEVANJ . . . . .	43
Sklep . . . . .	53
Dodatek . . . . .	57
Vprašanja za izpraševanje vesti krščanskega poslovneža . . . . .	57
Zadovoljevanje potreb sveta . . . . .	57
Organizacija dobrega in učinkovitega dela . . . . .	58
Ustvarjanje trajnega bogastva in njegova pravična delitev . . . . .	59
Koordinatorja . . . . .	60
Avtorji . . . . .	60
Uredniki . . . . .	60
Viri in literatura . . . . .	61





Uniapac



ZALOŽBA  
DRUŽINA

