

The Journal of PRIVATE ENTERPRISE

Volume XXIV, Number 2

Spring 2009

BUSINESS ETHICS

Making Room for Business Ethics: Rights as Metanorms for Market and Moral Values <i>Douglas B. Rasmussen and Douglas J. Den Uyl</i>	1
Retrieving Business Ethics from Political Philosophy <i>Alexei M. Marcoux</i>	21
Business as an Ethical Standard <i>William Kline</i>	35
What Business Ethics Can Learn from Entrepreneurship <i>Stephen R. C. Hicks</i>	49

ARTICLES

The Effect of State Mandates on Health Insurance Premiums <i>Stephan F. Gohmann and Myra J. McCrickard</i>	59
Spatially Targeted Government Spending and Heterogeneous Constituent Cost Shares <i>John Charles Bradbury and E. Frank Stephenson</i>	75
Development and the Political Economy of Foreign Aid <i>Jason Sorens</i>	87
The Right of Private Judgment: Jonathan Mayhew's Religious Route to Political Individualism <i>J. Patrick Mullins</i>	101

Što Poslovna Etika Može Naučiti iz Poduzetništva

Stephen R. C. Hicks
Rockford College, Illinois

Translated from English to Serbo-Croatian by Alma Causevic

Sažetak

Poduzetništvo se sve više proučava kao osnovni i temeljni ekonomski fenomen. To je, međutim, dobila manje pozornosti kao etički fenomen. Velik dio suvremene poslovne etike preuzme svoju svrhu jezgra zahtjev da se (1) da se zaustavi *grabežljivog* poslovne prakse i (2) da za *poticanje* filantropije i *ljubavi* prema poslu da. Dakako predacija je nemoralno i ljubav ima svoje mjesto u etici, niti bi trebao biti prvtačke etike. Umjesto toga, poslovne etike trebali bi temeljne iz vrijednosti i vrline poduzetnika—t.j., onih self-odgovornih i produktivnih pojedinaca koji *stvaraju* vrijednosti i *trgovina* za drugima na win-win prednost.

JEL Codes: A12, A13, L26

Keywords: Entrepreneurship, Ethics, Virtue Ethics

I. Tri Vrste Znakova: Carly, Tonya, I Jane

Poduzetništvo se sve više proučava kao osnovni i temeljni ekonomski fenomen. Schumpeter (1950) i Kirzner (1978) su bili pioniri, a njihovi nasljednici su generirani poveliki književnosti. Ipak, poduzetništva je dobio manje pažnje moralni fenomen i, sukladno tome, manje pozornosti u literaturi poslovne etike.

Razmotrite moralni status poduzetnika za razliku od druge dvije vrste.

1. *Carly:* Kao student, Carly je naporno radio i dobio dobre ocjene. Nakon diplome uzela je posao, ali u isto vrijeme spremala je novac i radila na njeznom poslovnom planu. Kad je bila spremna, ona je poduzetnički poniranje i započela svoju vlastitu tvrtku, koju je razvila uspješno, a potom, nekoliko godina kasnije, prodala je za 10 milijuna dolara. Ona sada živi dobar život na putovanja, grad svoj san doma, podizanje obitelji, i upravljanje u svom portfelju ulaganja.

2. *Tonya:* Tonya i naporno radila na faksu, a nakon mature,

uzela je posao u financijske institucije. Otkrila je propust u svojim fondovima usmjeravanje postupke, koji joj je omogućilo anonimno preusmjeriti 10 milijuna dolara za off-shore banke, od kojih je ubrzo ponovno preusmjeren kroz nekoliko Karibima i švicarske banke, koji završava u obzir poznate samo Tonya. Godinu dana kasnije, Tonya podniola je ostavku na svoj položaj i financijske institucije sada živi u diskretnim luksuz negdje u Europi.

3. *Jane*: Dok je na faksu, Jane studirala je humanističkih umjetnosti i diplomirala dobrim stupnjem. Na žalost, ljetu nakon mature Jane roditelji iznenada preminuo. Srećom, oni su joj ostavili 10 milijuna dolara u svojim oporuke, koji Jane odmah donirao 9,9 milijuna dolara u dobrotvorne svrhe posvećen beskućnici, žrtve poplava, te za sadnju stabala u brazilskoj prašumi. Jane je uložila preostalih 100.000 dolara u potvrda o depozitu koji je plaćo 8% godišnje, prihod omogućujući joj da živi skromno i bez previše nelagode.

Hajmo sada pitati jedno eticko pitanje: Koji je od ovi tri najviše moralno? Koga trebamo podržati kao idealna? Trebamo učiti našu djecu i studente da se dive i nastoje biti kao Carly, Tonya, ili Jane? Sve tri zahtijevaju snagu: Nije lako da se sagradi uspješan posao. To nije lako shvatiti con i dobiti daleko za njom. I zato nije lako dati novaz sve od jednom.

Tonya je predstavnik grabežljivog etika: ona šteti drugima i koristi sredstva za svoju korist. Ona je predstavnik nula-sum, dobitak trošak-na-drugi praksi široko osuđen u literaturi poslovne etike.

Jane je predstavnik altruističke etike: ona je nesebična, i ona mjesto što ona ima na raspolaganju drugima u društvu, imajući samo minimum za sebe. Ona je predstavnik "socijalne pravde" prakse naširoko hvaljen u literaturi poslovne etike.

Carly je prototipski poduzetnik i predstavnik self-realizaciji, egoističan etike. Ona stvara vrijednost, obrta sa drugima, i živi svoj san života. Ipak, ona se ne raspravlja u literaturi poslovne etike. Ona je nevidljiva žena.

Ipak, karakterne osobine i vrijednosti-proizvodnoj djelatnosti poduzetnika barem implicitno obavijestiti etike. Kako bi se ova etika eksplicitno, neka nam se početi sa standardnom opis poduzetnika.

II. Poduzetni Proces

Poduzetnički proces počinje *informirani i kreativne ideje* za

novi proizvod ili uslugu. Poduzetnik je *ambiciozan i gutsy* i uzima *inicijativu* u razvoju ideje u nova poduzeća. Kroz mnogo *upornosti* i *sudjenje* i *pogreške*, poduzetnik *proizvodi* nešto od *vrijednosti*. On ili ona preuzima *vodeću* ulogu u prikazuje potrošača vrijednost novih proizvoda i novih zaposlenika pokazuje kako to učiniti. Poduzetnik *obrtu* sa tim klijentima i zaposlenicima u *win-win* rezultat. On ili ona na taj način postiže *uspjeh* i onda *uživa* u plodovima svog uspjeha.

Proširiti na svaki od označenih elemenata u ovom:

Poduzetnici generirati poslovne ideje i odlučiti koje one su vrijedan provode. U procesu dolaze sa *informirani*, kreativne ideje, poduzetnici govoriti od viziji "razmišljanje izvan kutije" imaginacija, aktivno-ness uma, a "što generira ideje", oni govore od ostvarivanju presude: Koja ideja zapravo su one dobre? Može li proizvod ili usluga biti tehnički razvijeni? Hoće li ga prodati? Što pokazuju istraživanja tržišta? Poduzetnici pokazuju predanost kognitivno postignuće-intelektualne zaigranosti, istraživanje, eksperimentiranje i analiza.

Ambicija je pogon kako bi se postigla svoje ciljeve, kako biti uspješan, kako bi se poboljšati, kako biti bolje, da bude najbolje što može biti. Poduzetnici osjetite više nego često rastresen i praznom želeći "Ne bi li bilo lijepo kad bih bila bogata i neovisna?" –Koji mnogi ljudi imaju. Ambiciozni pojedinci osjećaju snažno potrebu da postignu svoje ciljeve.

Poduzetništva zahtijeva *inicijativu*. To je jedna stvar da imaju dobar poslovni plan; to je još jedan skrenuti plana da okreneš u stvarnost. Poduzetnici su self-predjela koji čine obvezu donijeti dobre ideje u postojanje.

Nova poduzeća uključujuva venturing u nepoznavanje, spremnost da se na prepreke, uključujući i mogućnost negodovanje i izrugivanje i mogućnost neuspjeha. Prema tome, poduzetničku aktivnost traje crijeva—spremnost da se izračunavaju rizike, biti svjestan mogućih nedostataka, a ne ostavljajući strah od neuspjeha ili neodobravanje dominirati jedan donošenja odluka.

Poduzetnički uspjeh je gotovo nikada nije lako i preko noći, uspjeh je rezultat priljepljivanje sa njom kroz teškoće i na dulji rok. To će reći, *upornost* je bitna. Poduzetnici moraju ustrajati kroz tehničke prepreke u razvoju proizvoda, u lice naysayers koji izjaviti da ne može biti učinjeno ili koje su inače opstrukcionista,

te u lice svoje vlastite self-sumnje. Poduzetnici moraju biti dobar u kratkoročne i disciplinu na čuvanje njihove dugoročne motivacije prisutan u njihovo mišljenje.

Razvojni proces je uvijek proces *sudjenja i pogreške*, koji zahtijeva da poduzetnik napravi prilagodbe na temelju iskustva. Uspješni poduzetnici prilagoditi stvarnom -svijetu povratne informacije, što znači biti u stanju priznati pogreške i uključuje novo otkrivene činjenice, nego svinja-headedly ignoriranje bilo čega što je prijetnja da njihov ljubimac ideje.

Produktivnost: Proces razvoja nadamo kulminira u radni proizvoda. Ako je tako, poduzetnik ima dodanu vrijednost svijeta stvaranjem novog proizvoda ili usluge, što je dosljedno, ona proizvodi u količini, i dalje poboljšati kvalitetu.

Oni koji se bave poduzetništvom, bilo kao kupcima, zaposlenicima, ili venture kapitalisti, sudjelovati u *win-win trgovine*, razmjenu vrijednosti za vrijednost. Socijalno, trgovina je proces suočavanja sa drugima na mirnoj osnovi u skladu sa proizvodne sposobnosti. To zahtijeva zaštite vlastitog interesa i poštivanje druge strane čine isto, vježbanje svoje vještine pregovaranja, diplomacije, a kada je to potrebno, žilavost u cilju postizanja obostrano koristan rezultat. Poduzetnici također dodati vrijednost donosi *vodstvo* za trgovinu. Poduzetnici su stvoriti da pruziraju nešto novo, pa oni su prvi da idu dolje na taj novi put. Oni koji idu prvi set primjer za druge da slijedeće i, osobito u slučaju novih proizvoda i usluga, oni moraju pokazati nove klijente vrijednost novih proizvoda i usluga, a mora naučiti nove zaposlenike kako proizvesti novi proizvod ili uslugu. Prema tome, poduzetnici moraju izlagati vodstvo u drugima pokazujući novi način, potičući ih kroz proces učenja i trebaju marketing ti novih produkta. Dio trgovine, onda, je da kupac ili zaposlenik je prikazana nova prilika, a omogućena je iskoristiti ga, i poduzetnik prima naknadu za to.

Konačno, poduzetnik iskušava *uspjeh i uživanje* u uspjehu. Poduzetnički uspjeh prinose kako materijalnog tako i psihičkog nagrade-i robe da financijski uspjeh može donijeti i iskustvo financijske neovisnosti i sigurnosti koji idu uz to. I naravno tu je psihološka nagrada postignuća: pojavljuje pojačan samopoštovanje i osjećaj za postignuće u ono što je stvorio.

III. Poduzetništva i Etika Vrlina

Do sada sam skicirao poduzetnika koga procesa u pogledu osobina i akcije koje dovode do poduzetničkog uspjeha. Što to ima veze sa moralom?

Jedan od glavnih pristupa etika je kroz vrline. Vrline su akcije-vodilja karakterne crte kojima je cilj dobre rezultate. Etika literatura je naseljena sa mnogo natječu računa od tome što dobre rezultate treba i, posljedično, sa konkurentskim računa od tome što bismo trebali podupirati vrlina. Neki etičare vrlina napraviti tvrde da lik ima prioritet u etičkoj vrednovanje nad pravilima ili načelima, akcije i posljedice. Ostavljajući pitanje da li je vrlina prioritet, moja briga ovdje je povezati poduzetnički uspjeh osobina vrline.

Ako smo gotovine iz navedenih poduzetničke osobine lika u smislu vrline, tj. u smislu *karakterne crte* i obveze koje omogućuju i čine dobra akcija, onda ćemo napraviti sljedeće veze:

Poduzetnika generiranje i ocjenu informirani i kreativne ideje povezuje vrline *racionalnosti*. Racionalnost je opredjeljenje za punopravno sudjelovanje u jednom razumu. Poduzetnika početni aktivno i kreativno razmišljanje su funkcije razuma, kao što je vježba za evaluativnog prosuđivanje koje poslovne ideje su zapravo one dobre.

Poduzetnika ambicije i pogon sa uspjeh povezati vrlina *ponosa*. Ponos je budućnost i unatrag izgleda aspekata (npr. uzimanje ponos u ono što je postignuto), to je budućnost aspekt koji je relevantan ovdje. Uzimajući ponos u sebi znači da žele najbolje za jedan život, što podrazumijeva osjetio predanost postizanju najbolje u životu. Na primjer, uzimanje ponos u jednom izgled znači žele gledati svoje najbolje, što podrazumijeva opredjeljenje sa zdravlje, higijena, i stil. Poduzetnika pogon za uspjeh je posljedica uzimanja ponos u poslovni dio svog života.

Poduzetnika pokazuje inicijativu da self-starter i počinio kako bi poslovni plan u postojanje povezuje vrline *cjelovitosti*. Integritet je politika djeljena na osnovu onoga što smatra da bi bilo istinito i dobro. To je prevođenje misljene u praksi. To je, mislima su integrirani sa jedne akcije, ili vjerovanja o tome što bi bilo dobro su integrirani sa jedne akcije kako bi da je dobar u postojanje od planiranja.

Poduzetnik predanost akcije, unatoč strah koji dolazi od toga

da bude svjestan rizika, povezuje vrlina *hrabrosti*. Hrabrost je vrlina počinio radnju koja jednom sudcu biti u pravu, dok se svjesni, i intelektualno i emocionalno, od mogućnosti neuspjeha.

Poduzetnika ustrajnosti kroz teškoće, neodobravanje i druge privremene sumnje povezuje s snagom *neovisnosti*. Neovisnost je vrlina povjerenja vlastite prosudbe i djeluju na temelju jednog najboljih presude unatoč kratkotrajnom frustracije ili suprotno mišljenje od drugih.

Poduzetnik je rad kroz suđenje i pogreške proces razvoja proizvoda povezuje vrlina *objektivnosti*. Objektivnost je politika vođenja jedne misli po jedan najbolji svijest o činjenicama, da bude otvoren za nove činjenice, ili, da ga negativno, ne nose naočnjaci intelektualne i izbjegavanje neugodne povratne informacije od stvarnosti. Konstitutivni element objektivnosti je vrlina *iskrenosti*, politika ne pretvara da sebi ili drugima da činjenice nisu činjenice.

Poduzetnika produktivnost povezuje vrlina *produktivnosti*. Produktivnosti je opredjeljenje za stvaranje dodane vrijednosti, da se samo-odgovoran je za dovođenje u postojanje onoga što treba i želi.

Poduzetnika trgovanja vrijednost za vrijednost sa klijentima i zaposlenicima povezuje vrlina *pravde*. Pravda je opredjeljenje za procjenu i interakcije sa pojedincima u skladu sa njihovim zaslugama, a korelat predanost da se procjenjuju i *sebe* u interakciji s na temelju vlastitih zasluga. Pravda primijeniti na poslovanje obrta znači da su trgovci stupio dobrovoljno, što je, na temelju svake stranke nezavisni sud, i da su uvjeti trgovine su utvrđene za svaku stranku neovisno prosuđivanje o osnovanosti trgovine.

I, konačno, poduzetnika postizanja uspjeha, uključujući financijske i psihološke koristi od stvaranja procvat poslovanja, povezivanje sa općim moralnim vrijednostima *cveta, sreću i ispunjenje*. Cvjetanje, ili sreća, država je uspješnog život. Kao jedan poslovni život je sastavni dio jednog sveukupnog života, poduzetnik je upustiti se u akcije koje dovode do procvata poslovanje je sastavni dio ukupnog procvata života. Poduzetnika i akcije čine i dovode do života koje je u potpunosti realiziran.

Rezimirajući sve gore navedeno u tablici, dobijemo sljedeće:

Tablica 1:
Poduzetnički Karakterne Osobine i Srodnim Moralne Vrline

Poduzetničke Potez:	Moralna Krepost:
Znanje i stvaralaštvo	Racionalnost
Ambicija	Ponos
Crijeva	Hrabrost
Inicijativa	Integritet
Ustrajnost	Nezavisnost
Suđenja i pogreška	Objektivnost (uključujući Iskrenost)
Produktivnost	Produktivnost
Trgovina vrijednost za vrijednost	Pravda

Poduzetničke Posljedica:	Moralnu Vrijednost:
Doživjeti i uživanje u uspjehu	Samopoštovanje, Ponos, Procvat

IV. Poduzetnički Etički Kodeks

Vrline i vrijednosti navedene u desnom stupcu tablice zajedno čine *poduzetnički kod za poslovnu etiku*. To je skup vrlina je apstrakcija na opis poduzetničke aktivnosti. Misli i djelovanja poduzetnika su pojedinosti općeg uspjeha skup osobina. Oni uspjeh osobine poduzetnika su pojedinosti o općim skup vrlina.

U povijesnom kontekstu, popis vrlina je vrlo aristotelovski (Aristotel, 1984, vidi osobito Aristotelova rasprava o hrabrosti u Knjizi III, ponos kao “kruna” od vrlina, istinitost i darežljivost s obzirom na novac u knjizi IV, pravda u Knjiga V, a *phronesis* ili praktične mudrosti u knjizi VI *Nikomahove etike*) i vrlo objektivističkoj (Rand, 1964).

Jedna važna implikacija navedenog je da poduzetnička etika kontrasti snažno etiku koda prevladava u tradicionalnim i tekuće poslovne etike književnosti. Pretpostavka o mnogo literature je da je uspjeh prema poslovnim kriterijima i uspjeh u skladu sa etičkim kriterijima su različite stvari. Posljedica toga smatra da je amoralan i poslovne etike je nešto što mora biti uvezana ili ugradili na to-ili, u ekstremnim više pogleda, da je poslovanje

sebi nemoralno i svrha etika obuzdati ili poslovanju.

Za razliku od toga, gore poduzetnički kod vrline povezuje poslovne etike na pozitivno. To postavlja temelj za poslovni prijateljski etike se temelji na pretpostavci da uspješne poslovne prakse je *unutar* njega resursa za razvoj etike. Poduzetnici su osobe koje su usmjerene na praktičan uspjeh. Obveza i osobine koje će im omogućiti da postignu dobar, odnosno, uspjeh u životu, su vrline. I vrline su predmet morala i etike. Poduzetništvo je posebno sredstvo za moralno djelovanje.

Ili staviti tačku na drugi način: Kada smo naučiti vještine za praktičnu poslovni uspjeh, popisa na lijevoj strani stola je ono što učimo. Kada učimo moralna krepost, popis na desnoj strani je ono što učimo. I oni dolaze na istu ideja—morala je praktična.

Druga implikacija navedenog uključuje izradu puni slučaj slobodnog društva. Etičare mora biti saveznik ekonomist i politolog u izradi tu tvrdnju. Ekonomisti rade komercijalne mehanizama slobodnog društva, i politolozi rada izvan svojih ustavnih i ograničeni vlade zahtjevima. Ipak, dok su ekonomisti i politolozi iz slobodnog društva učinio odličan posao, manje je ostvaren u artikuliranju, zagovaranje i obrani slobodnog društva etika, uključujući i poslovne etike.

James Buchanan je napravio slijedeće opažanje:

“Mi pravi liberali ne uspijevaju spasiti dušu od klasičnog liberalizma. Knjige i ideje su potrebne, ali oni nisu dovoljni da se osiguraju održivost naše filozofije. No, problem leži u prezentiranju ideala. Moja teza je da veći klasičnog liberalizma ne može osigurati dovoljno javnih prihvatljivost kada je vocal zagovornici su ograničeni na ‘da to radi?’ pragmatisti. ... Vizija, ideal, je potrebno. Ljudi trebaju nešto da žude i borbe za. Ako je liberalni ideal ne postoji, bit će vakuum i druge ideje će ga zamijeniti. Klasična liberali nisu uspjeli u razumijevanju ovog dinamičnog” (Buchanan, 2002).

Poduzetnički uspjeh nije cijela etika, ali to je dobar početak za poslovnu etiku. Etički kodovi stvarju *društveno*: Mi razvijamo političke i gospodarske sustave za proizvodnju i zaštititi ono što mi mislimo da je dobro, a ono što mi mislimo da je dobro ovisi

o našem moralnom kodu. A moralni kodeksi su ključni *osobno*: moralnog koda je jedan duhovni pogon-to je ono što se smatra jednom najbolji, najveći i najplemenitiji da kaže tako je i jedan koji donosi jedan najbolje. Trebamo moralni kod koji idealizira Carlys-ne onaj koji poziva nas da se Janes ili da je ograničen na napada Tonyas.

Ključnih teza poduzetničke etičkog kodeksa poslovne etike je da se treba usredotočiti prvo na kreativnost, produktivnost i trgovine. Creative, produktivni trgovci su visoko ostvaruju moralne osobe. To će reći da je poslovna etika treba uzeti ozbiljno i poduzetništva temeljnim kao moralni fenomen.

References

- Aristotle. 1984. *Nicomachean Ethics*. In *The Complete Works of Aristotle*, edited by Jonathan Barnes. 2 vols. Princeton: Princeton University Press.
- Buchanan, James. 2002. “Saving the Soul of Classical Liberalism.” *The Wall Street Journal*, January 1.
- Kirzner, Israel. 1973. *Competition and Entrepreneurship*. Chicago: University of Chicago Press.
- Rand, Ayn. 1964. “The Objectivist Ethics.” In *The Virtue of Selfishness*. New York: New American Library.
- Schumpeter, Joseph. 1950. *Capitalism, Socialism and Democracy*. 3rd ed. New York: Harper & Brothers. See especially Chapter VII.