

Študij na poslovnih šolah in vrednote - Kaj učijo in česa ne učijo na Poslovni šoli v Harvardu in drugod

Boris Cizelj

Študij na poslovnih šolah in vrednote

Kaj učijo in česa ne učijo na Harvard Business School in drugod

Sedanja kriza je razgalila odsotnost vrednot, kakor tudi nesprejemljivost določenih, pogosto celo prevladujočih vrednot, za uresničevanje načel trajnostnega razvoja in družbeno odgovornega poslovanja. Skratka, postaja vse bolj očitno, da bo človeška družba ogrozila svoj razvoj in celo lastni obstoj, če ne bo uveljavila več odgovornosti in dolgoročnosti v odnosih znotraj družbe, kakor tudi v odnosu do okolja. Tako ne preseneča, da vrednote kar naenkrat dobivajo veliko težo, tudi pri tistih, ki so doslej bolj ali manj sprejemali težo, da etike v poslih ni mogoče predpisovati, oz. da zadošča kodifikacija določenih ravnanj, ki jih zakoni obravnavajo kot družbeno nesprejemljive in zato za prestopnike predpisujejo bolj ali manj ustrezne sankcije.

Danes je splošno sprejeta ocena, da sta glavna krivca za najprej finančno, nato pa splošno ekonomsko krizo naslednja dejavnika: (1) odtujena in povsem podivjana sfera derivativnih finančnih storitev, ki jih niso urejali interni predpisi v finančnih institucijah (celo obratno, z mehanizmi stimulacije menedžerjev za obseg poslov ne glede na rizičnost, so jih celo silili v tako ravnanje – kar pa ni bilo tako težko, saj so prevzemali rizik v imenu svojih institucij, velike nagrade pa dobivali osebno), in (2) pomanjkljiva zakonodaja, ki preprosto ni sledila razvoju novih finančnih storitev.

Zlasti vlade ZDA, Velike Britanije in Nemčije so z enormnimi finančnimi paketi rešile celo vrsto finančnih institucij, da ne bi prišlo do totalnega zloma gospodarskega sistema, vendar so morale nekatere investicijske družbe in banke “pustiti bankrotirati” in pri tem so se očitno ravnale tudi po kriterijih poslovne etike, zaradi katere so posamezne institucije prišle v slepo ulico.

Klasičen primer za to je firma “Lehman Brothers”, ki bi jo vlada v Washingtonu lahko rešila sama (s približno 20 milijardami USD), ali pa, če bi omogočila prevzem s strani Barclays banke, ki si je zelo prizadevala kupiti “ranjenega giganta”. Vendar se je zavestno odločila

drugače in ni preprečila največjega stečaja v zgodovini. Kot je bilo prikazano v odlični dokumentarni oddaji BBC septembra 2009, si je v usodni noči iz nedelje na ponedeljek 13. junija 2008, v Lehman banki zaposleni nečak tedanjega ameriškega predsednika G. W. Busha obupno prizadeval dobiti na telefon svojega strica, se mu ta ni oglasil, kar je samo potrdilo, da je odločitev v Washingtonu nepreklicna.

Mnogi strokovnjaki trdijo, da v tem primeru ni šlo le za veliko investicijsko banko, ki je zašla v izjemne težave, katerih reševanje bi terjalo sorazmerno velika sredstva, ampak, da je bila Lehman banka simbol hiper agresivnega in skrajno rizičnega poslovanja, njen dolgoletni predsednik Richard Fuld pa je kot temeljno poslovno geslo proglasil, da morajo "poraziti" vse svoje konkurente po načelih "cilj opravičuje sredstvo". Še več, ob tem je v svoji zaslepljenosti zanemaril osnovno bančno pravilo, da se dolgoročnih obveznosti ne more pokrivati s kratkoročnim in često zelo rizičnim kapitalom, oz. premoženjem. Fuld je bil zaslišan pred Kongresnim odborom za nadzor in vladne reforme, kjer mu je predsednik odbora zastavil naslednje vprašanje: "Vaša firma je bankrotirala, cela država je v krizi, vi pa naj bi obdržali vaših 480 mil.USD. Zastavil vam bom zelo preprosto vprašanje: ali smatrate, da je to pošteno?"

Stečaj Lehman Brothers je sicer še prisoten v zavesti Wall Streeta, vendar je predsednik Obama nedavno že moral opozoriti finančne menedžerje, naj se ne nadejajo, da bo država ponovno reševala posledice njihovega neodgovornega poslovanja, hkrati pa protestiral proti velikim izplačilom nagrad iz dobičkov, ki so bili doseženi zahvaljujoč državnemu pomoči, ki je (in bo) davkoplačevalce še zelo drago stala. Samo verbalna opozorila tukaj ne bodo dovolj, kljub trenutnim zagotovilom nekaterih ključnih finančnikov. Treba bo spremeniti pravila igre, da bodo ljudje stimulirani za odgovorno in gospodarno ravnanje. Hkrati pa je treba razdelati sistem učinkovitih sankcij, da bodo manipulacije in zloraba zaupanja kaznovane, mali investitorji pa bolj zaščiteni. Zato ne preseneča, da so pretirane, da ne rečemo nemoralno visoke menedžerske zaslužke, z različnimi instrumenti že poskusili zaježiti v vrsti držav, začevši s Francijo (vključno z Veliko Britanijo, ki se je temu najbolj upirala).

Tudi v slovenskem obdobju tranzicije je bilo kar preveč takih in drugačnih manipulacij s strani novih lastnikov podjetij, ki so mislili, da jim je dovoljeno vse. Zaradi nepripravljenosti pravnega sistema in neizkušenosti organov pregona smo izgubili milijarde Evrov, in kar je še hujše, v stečaj so šla mnoga podjetja, ki bi lahko uspešno delala, če bi z njimi odgovorno upravljali vestni in sposobni lastniki in menedžerji.

Zato je nadvse pomembno, kaj se mladi ljudje učijo na poslovnih šolah. Koliko je prisotno družbeno odgovorno podjetništvo in kaj povemo študentom o poslovni etiki? Na splošno lahko rečemo, da skoraj brez izjeme, bistveno premalo. Poglejmo, kaj nam na to temo sporoča človek, ki je naredil MBA na Harvardu.

P. D. Broughton je napisal knjigo, ki je nastala kot spontana reakcija mladega intelektualca, ki se je želel usposobiti za kariero v poslovnem svetu. Moto te knjige je več kot zgovoren : gre za citat Johna Adamsa, ki pravi : »Obstojata dva tipa izobraževanja. Eno te uči kako se preživljaš, drugo pa kako je treba živeti.» Avtor knjige se je odločil za študij poslovnih ved, s tem, da mu dober zaslužek ni bil cilj, ampak le sredstvo, da bi lahko delal nekaj zanimivega in kreativnega. Usposobiti se je želel za to, da bo vedel „kako je treba živeti“.

Knjiga je iskrena in več kot zanimiva izpoved mladega izobraženca, ki je imel za seboj uspešno, lahko bi rekli zavidanja vredno kariero novinarja-dopisnika, pa se je odločil, da bo

naredil nov korak v svojem življenju. To je naredil z vpisom na najelitnejši MBA študij – na najstarejši in najuglednejši poslovni šoli na svetu, Harvard Business School (dalje: HBS), ustanovljeni davnega leta 1908. HBS dobi vsako leto okoli 7.000 prijav, skoraj polovico iz vseh koncev sveta, sprejme pa le okoli 900 študentov. Ima pa po svetu vrsto hčerinskih šol, kjer se po istih osnovnih načelih šola na tisoče bodočih poslovnežev. Sicer je v ZDA pred pol stoletja na vseh univerzah in poslovnih šolah letno končalo MBA programe okoli 5.000 študentov, danes pa jih okoli 100.000. Med njimi je le kakšnih 600-700 iz HBS. Zahvaljujoč velikemu ugledu šole, njeni študentje nimajo težav dobiti dobro zaposlitev, veliko pa jih tja pošiljajo njihova podjetja. Zanimivo, da le manjši del študentov prihaja na HBS, ko so že ustanovili svoje podjetje, nekaj pa jih prihaja da bi se pripravili za vodenje družinskega podjetja.

Mladi Broughton si je želel spremembo – poročanje o dogodkih ga sčasoma ni več intelektualno zadovoljevalo – hotel se je usposobiti za vplivanje ali celo ustvarjanje sprememb, iz opazovalca je želel postati aktivni dejavnik. Odkrito priznava, da ga je na HBS pritegnil velik renome, ki ga šola uživa v svetu. Ko jo je spoznal od znotraj, je ugotovil, da to ni le elitna poslovna šola, ampak tudi zelo močna blagovna znamka.

HBS da svojim študentom, ki so se uspeli vpisati in opravili uvodno usposabljanje (ki je po Broughtonu najzahtevnejši del študija) vedeti, da morajo biti ponosni na svoj harvardski status, saj so vstopili v močno svetovno mrežo, ki jim bo v oporo in pomoč, ko se bodo soočali z izzivi poslovnega življenja. Temu dajejo na HBS velik poudarek, saj velja zapoved profesorjem, da mora biti pouk sproščen in občasno tudi zabaven. Študenti to upoštevajo tudi pri svojem ocenjevanju profesorjev.

Druga bistvena značilnost HBS je podajanje snovi skozi praktične primere in ocenjevanje aktivnosti študentov v predavalnici (to predstavlja kar 50% ocene, ki jo študent prejme za posamezni predmet). Seveda vzpodbuja aktivnost študentov v predavalnicah tudi naj sodobnejša oprema (kot n.pr. sistem za elektronsko glasovanje). Temu je prilagojeno tudi podajanje snovi – veliko seznanjanja s teorijami in doktrinami opravijo študentje sami in ob pomoči asistentov in mentorjev. Srečanja s profesorji – nosilci predmetov pa so v znatni meri posvečena interpretaciji pojavov in vzročno-posledičnih povezav ter vrednotenju poslovnih politik in ravnanj ter njihovih implikacij za položaj podjetja na trgu.

Nadaljnja pomembna prioriteta HBS sistema je vzpodbujanje študentov na timsko delo ter solidarno sodelovanje med kolegi, čeprav poteka vse skupaj v dokaj konkurenčnem okolju in študent, ki iz dneva v dan ne dokazuje, da sledi napredku ostalih, hitro dobi mentorsko pomoč.

Na HBS se zavedajo, da v resničnem življenju poslovni ljudje običajno odločajo, ne da bi predhodno uspeli pridobiti vse potrebne in želene informacije in podatke. Zato je njihov cilj, da študente pripravijo na take, realne pogoje, da bi tudi takrat lahko sprejemali kar najboljše odločitve. Skratka, velik poudarek je na razvijanju kompetenc in kreativnosti pri uporabi posredovanega znanja ob pomanjkljivih informacijah. Zato tudi toliko pozornosti praktičnim primerom, na katerih morajo študentje dokazati, da so sposobni kreativno uporabiti pridobljeno znanje.

Ko gre za področje pogajalskih doktrin, so na HBS več kot doma, saj so njihove doktrine in metodologije dominantne po vsem svetu že dobri 2 desetletji. Problem pa je, da so v zadnjih 10 letih mnogi poslovni voditelji, investicijski svetovalci in borzni posredniki odšli v svojih

pristopih daleč od načel fair play-a, družbene odgovornega poslovođenja in so posledično tudi kot pogajalci sledili bolj instinktom „alfa samcev“ kot pa HBS doktrini o iskanju „win-win“ rešitev in „načelnih pogajanj“.

P. D. Broughton opozarja, da je sedanja finančna in gospodarska kriza zatekla, med mnogimi vodilnimi strokovnjaki, tudi HBS povsem nepripravljene. Še nekaj let nazaj je bil kot vabljeni predavatelj občudovan predsednik Enron-a Jeff Skilling (kmalu zatem pa je bil zaradi manipulacij in poneverb obsojen na dolgo zaporno kazen in odvzem nezakonito pridobljenega premoženja). Še več, prav na osnovi tega primera so v ZDA zaostriili zakonodajo na področju korporativnega računovodstva in revizijskih pregledov, kajti brez hudih sistemskih praznin do tako hudih zlorab sploh ne bi moglo priti. Cel svet se je ob tem nekaj naučil, najvišjo šolnino pa so plačali investitorji in uslužbenci ter upokojenci družbe Enron.

V odgovor na krizo je koncem leta 2008 HBS organizirala veliko konferenco „Harvard Global Summit“, na kateri pa ni priznala svojega dela krivde pri razvijanju etičnega profila bodočih poslovnih ljudi in povečevanja borznih špekulantov. Najboljša ilustracija takega stanja je dejstvo, da se je kar 42% študentov Broughtonove generacije (2006-2008) opredelilo za delo na področju finančnih storitev, 21% pa za poslovno svetovanje. Prej se je za finančne storitve v povprečju odločalo le okoli 10% študentov na HBS.

To seveda dokazuje, da je bila HBS še kako del in soustvarjalka kolektivne iluzije, da je mogoče s spretnimi tržnimi operacijami in derivativnimi finančnimi proizvodi ohranjati in krepiti ekonomsko moč. Kriza je to iluzijo razgalila, pri mnogih pa še ne povsem odpravila.

Tudi zato je Broughtonova knjiga zelo koristna, saj dokazuje, da poslovne šole ne morejo pripraviti mladih strokovnjakov za odgovorno in dolgoročno uspešno poslovanje, če se ne zavedajo pomena poslovne etike. Obstoj takega predmeta očitno ni dovolj, saj spominja na dvolično razumevanje poštenega življenja, ki ga ponazarja izrek: čez teden lažem, kradem in goljufam, v nedeljo pa grem k spovedi, dobim odpustek in spet je vse v redu. Tudi na HBS imajo predmet „poslovna etika“, ki pa že po izboru nosilca ni imel posebne teže. Očitno so odgovorni menili, da to zadošča, da se izognejo ev. kritičnim pripombam, češ, da so etiko izključili iz študijskih programov. Bistroumnejši študentje Broughtonove generacije pa so se spraševali, ali je to slučajno. Ni težko uganiti, kakšen je bil najverjetneje njihov zaključek: etika je sicer pomembna, a v poslu je zanjo očitno bolj malo prostora.

P. D. Broughton pa ne omenja slučajno, kako so poslanstvo in vlogo šole razumeli njeni ustanovitelji pred dobrim stoletjem. Takrat so namreč zapisali, da bo HBS „... oblikovala boljše državljane, ljudi kulture.“ V svojem govoru, ko je za HBS podaril 5 mil. US dolarjev, je tedanji predsednik First National Bank George F. Baker poudaril, da bodo na HBS študirali ljudje svetovnega formata, ki se bodo naučili ravnati tako, da si bodo pridobili ugled pri svojih vrstnikih, da bodo vzdrževali visoka merila poštenja, na osnovi česar bodo dosegli največjo srečo, ki jo je mogoče doseči v življenju;”

Knjiga P. D. Broughtona je zanimiva z dveh strani: najprej, ker podrobno opisuje sistem HBS, nič manj pa, ker odkrito poroča o procesu svojega vključevanja v ta sistem ne da bi pri tem zamolčal osebne dileme in občutke, ki so ga spremljali ob spremembah, ki jih je v teh 2 letih doživljal.

Zanimiva je tudi ugotovitev, da na HBS poudarjajo, da je za človekovo srečo bistveno, da se posveča svoji družini, kajti ta je najpomembnejša. Hkrati pa priznavajo, da morajo ambiciozni

in uspešni poslovneži biti pripravljeni vsaj prvih 10-15 let delati 10 in več ur dnevno, žrtvovati mnoge vikende in praznike, kar pa pomeni, da se lahko družini v tem obdobju posvečajo bolj malo. Odgovora na to protislovje na HBS niso ponudili, pač pa ga je našel Broughton za sebe. Odločil se je ustanoviti majhno, lastno podjetje, ukvarja se s publicistiko – kar je nadgradnja njegovega dela pred študijem na HBS – vendar si ni postavil za cilj, da postane velik podjetnik in bogataš. To pa pomeni, da je sprejel drugačen življenjski vzorec, kot ga sprejema večina diplomirancev na HBS. Med študijem se je naučil marsičesa koristnega, niso ga pa indoktrinirali, da bi postal suženj pretiranih ambicij in ugotavlja, da je našel svojo osebno srečo, ki jo uživa v krogu svoje družine, v soglasju s poklicnim zadovoljstvom.

Enako pomembno kot je za bodoči vrednostni profil mladih poslovnežev, kaj jih na poslovni šoli učijo, je tudi, česa jih ne učijo. Ne gre le za moralne vrednote, ampak tudi za instinkte, ki jih poslovni človek ne sme izključiti na račun znanja in kompetenc, ki jih je med študijem pridobil. Do tega so se dokopali ne mnogih dobrih poslovnih šolah in svoje študente poučujejo, kako svoje instinkte razvijati in jih optimalno koristiti, ob upoštevanju pridobljenih znanj in veščin.

Čeprav iz povsem pragmatičnih pobud in ne da bi bil pretirano osredotočen na vrednote, kot take, je na tem mestu vreden omembe M. H. McCormack, avtor uspešnice „Česa vas ne naučijo na HBS“. Pred četrto stoletje je namreč napisal: „Posel zahteva inovacije. (...) v poslovnih šolah pa se ne morejo izogniti temu, da učijo o preteklosti. To pa ne obnavlja le konvencionalnega razmišljanja, ampak celo duši inovacije. Nekoč sem slišal izjavo, da če bi Thomas Edison bil na poslovni šoli, bi danes še brali pri svečah.“ To je nedvomno pretirana ocena, ki pa odraža izjemno pragmatičnost ameriškega pristopa k življenju in poslih, a ne gre zanemariti osnovnega McCormackovega sporočila. To pa je, da moramo na poslovnih šolah posvetiti inovacijski kulturi kar največ pozornosti, če želimo, da bodo naši diplomanti kreativno razvijali nove proizvode in vzorce poslovanja ter, da bodo sposobni hitro in pravilno reagirati na nagle spremembe v svojem tržnem okolju. Predvsem pa McCormack opozarja, da diplomanti zaradi pridobljenih znanj in kompetenc ne smejo zatreti svojih instinktov in smisla za zdravi razum. V poslovni praksi je treba kombinirati oboje – to daje najboljše rezultate.

Skratka, gre za vse tri komponente, ki jih moderni poslovnež potrebuje: znanje in kompetence, vrednote in izurjene instinkte. Vsega tega pa seveda ne more dati nobena šola, za to je potrebna tudi določena praksa, kjer je pa spet pomembno, da znamo pravilno analizirati zakaj smo v nečem uspeli, v drugem pa nismo bili uspešni.

Danes je vse več govora o družbeno odgovornem podjetništvu in poslovanju, ki omogoča trajnostni razvoj podjetja, lokalne skupnosti, države. Vsega tega pa ni mogoče doseči brez opredelitve določenih vrednot.

Katere vrednote naj torej upošteva sodobni podjetnik, da bo uspešen in družbeno sprejemljiv? Brez pretenzij, da bi to lahko strnili v sistematični in celovit seznam, v nadaljevanju navajamo nekaj ključnih področij vrednot in kriterijev:

- vodenje, upravljanje in odnosi v podjetju (transparenten proces izbora sposobnega vodstva, pravilna delitev nalog in odgovornosti med vodstvom in nosilci izvršnih funkcij, dober sistem kadrovanja, skrb za polno enakopravnost spolov na vseh ravneh

odločanja, permanentnega usposabljanja, nagrajevanja in napredovanja, odsotnost sleherne oblike diskriminacije med zaposlenimi);

- odgovoren odnos do lastnikov/delničarjev in njihovih legitimnih interesov (avtentično, celovito in pravočasno informiranje in demokratično odločanje, transparentno in pravično nagrajevanje menedžerjev za uspešno poslovanje);
- inovativnost in kreativnost kot temeljna filozofija podjetja; tekoče spremljanje razvoja tehnologije in proizvodov na domačih in tujih trgih; skrb za konkurenčnost zasnovano na znanju in usmeritev na odličnost;
- tržno delovanje v skladu z legitimnimi interesi partnerjev in potrošnikov; razvoj in prodaja proizvodov, ki so kvalitetni, varni in upoštevajo vse predpisane norme ter so na voljo po „fair“ cenah in drugih pogojih prodaje in uporabe (zavezanost načelom proste konkurence in zoperstavljanje kartelnim dogovorom in zlorabam monopolnega položaja na trgu);
- odgovoren odnos podjetja do vseh naravnih virov in energije ter do okolja (v skladu z načeli trajnostnega razvoja);
- odgovorno gospodarjenje podjetja s premoženjem, finančnimi viri; blagovnimi znamkami in ugledom podjetja na domačih in tujih trgih;
- korekten odnos do poslovnih partnerjev in konkurence ter zoperstavljanje vsem oblikam korupcije;
- aktiven in konstruktiven odnos do lokalne skupnosti, regije in države ter podpora projektom družbenega standarda, na področjih zdravstva, kulture, umetnosti in športa.

Morda se komu zdi, da take vrednote lahko sledi le „idealno“ podjetje, češ, da realni pogoji tržne konkurence tega ne dopuščajo. Na kratek rok se vse to upravičeno zdi nedosegljivo, predvsem, ker je povezano z visokimi stroški. Na dolgi rok pa je marsikaj bistveno drugače. Na primer, ekološka in bio hrana je bistveno dražja od običajne, pa so potrošniki pripravljene plačati tudi nesorazmerno več, ker jim je pomembno ohranjati zdravo okolje in uživati varno in kvalitetno hrano.

Nekatera podjetja že danes na trgu dosegajo konkurenčno prednost prav s tem, da upoštevajo omenjene vrednote in merila. Mnoga podjetja se pri oglaševanju svojih proizvodov sklicujejo na to, da so njihovi proizvodi usklajeni tudi z normami, ki še niso zakonska obveza, jamčijo višje standarde in imajo zato boljši dostop do trgov ter dosegajo boljše rezultate kot njihovi konkurenti.

Skratka, etično poslovanje ni le stvar morale in politične korektnosti, ampak ima globoko, tržno in racionalno podlago. Zato je nadvse pomembno, da na poslovnih šolah študentje to spoznajo skozi celoten študij, kajti le tako bodo razumsko, čustveno in osebnostno sposobni razvijati poslovno dejavnost, ki razvija in krepi njihovo podjetje skozi polno in dolgoročno zadovoljevanje interesov njihovih poslovnih partnerjev, končnih potrošnikov in – ne na koncu – tudi družbenega okolja v katerem delujejo. Le če bodo intimno sprejeli omenjene etične standarde in norme, se bodo v svojem podjetniškem okolju zoperstavljali drugačni praksi in pogledom, ki jim ni mar za razliko med zakonitostjo in legitimnostjo.

V tem smislu je pred poslovnimi šolami zahtevna naloga, ki ne dopušča odlaganja. Nikakor ne bi bilo dovolj, preprosto dodati predmet „Poslovna etika“, vse ostalo pa pustiti nespremenjeno. Pregledati bo treba študijske programe večine predmetov in ugotoviti, ali in v koliki meri jih bo treba prilagoditi in dopolniti, da ne bomo „z eno roko porušili tistega, kar bomo gradili z drugo roko“. Pedagogi ne smemo zanemariti, da imamo pomembno vlogo pri

dokončnem oblikovanju moralnega profila in sistema vrednot naših študentov, oz. diplomantov.

Pa tudi države imajo pri tem pomembno nalogo. Namreč, poleg kodifikacije pozitivnega, družbeno sprejemljivega poslovanja in kazenskih sankcij za kršitve, za učinkovito in dosledno le-teh, ima država številne možnosti za stimuliranje odličnosti tudi na področju etičnega poslovanja. Gotovo je mogoče storiti še veliko več, kot je praksa doslej.

Seveda pa tudi civilna družba, vključno s samim gospodarstvom, lahko stori mnogo več. Zbornice, poklicna in strokovna združenja lahko z lastnimi kodeksi, priznanji in nagradami ter arbitražami in častnimi razsodišči veliko prispevajo k doslednejšemu upoštevanju etičnih vrednot v poslovanju in opravljanju svojega poklica.

Končno pa je treba poudariti, da poziv za več etičnosti v poslih nima pravega smisla in realne perspektive, v kolikor to ne sovпада s širšimi prizadevanji za postavitev nove razvojne paradigme in s tem povezanimi drugačnimi življenjskimi vrednotami. Odlepiti se bo treba od iluzij, da nas hlastanje po materialnih dobrinah avtomatično osrečuje. Vse bolj nam je jasno, da se na globalni ravni tak potrošniški model razvoja preprosto ne izide, saj je v ostrem nasprotju z zakonitostmi trajnostnega razvoja. Kot je pokazala nedavna konferenca v Kopenhagenu, je v današnjem globalnem svetu za uspešno reševanje nakopičenih problemov potrebno tudi soglasje bogatih in revnih. Očitno pa bodo bogati imeli moralno pravico zahtevati več vzdržnosti in odgovornosti od tistih, ki šele začenjajo uživati potrošništva, če jim bodo dali sami dober vzgled in jim pomagali, da se izognejo vsaj nekaterih za globalno družbo najbolj škodljivih napak, ki jih je zagrešil razviti svet v preteklosti. Čeprav še vedno ne dovolj, Evropa na tem področju prepričljivo vodi pred ZDA. A tudi znotraj Evrope so presenetljive razlike: medtem, ko nordijske države že danes daleč prednjačijo, velik del kontinenta – zlasti njegov jugovzhod – še ne kaže dovolj zavzetosti za spremembe, ki so več kot potrebne in to v interesu Evrope in globalne skupnosti.

O avtorju:

Dr. Boris Cizelj je redni profesor za predmetno področje mednarodnih odnosov in dekan DOBA Fakultete. Je direktor Slovenian Business and Research Association v Bruslju. Njegova področja raziskovanja in delovanja so: mednarodni odnosi ter lobiranje. E-pošta: boris.cizelj@sbra.be