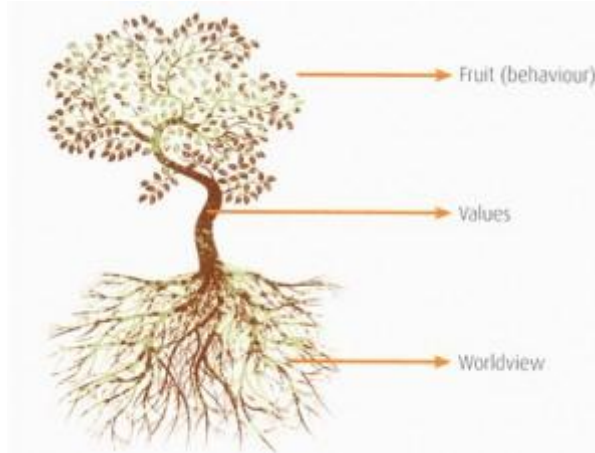


Bybelse waardestelsel fondament vir goeie besigheid

<http://www.arbeidsbediening.co.za/14-1.pdf>



Sedert Mnr Thabo Mbeki, voormalige Staatspresident van Suid-Afrika, se toespraak "The African Renaissance, South Africa and the World" op 9 April 1998 by die Universiteit van die Verenigde Nasies, lyk dit asof die konsep van 'n politieke en ekonomiese herlewing in Afrika al groter stukrag kry. Al hoe meer stemme gaan egter daarvoor op dat 'n morele herlewing die belangrikste voorwaarde vir 'n Afrika Renaissance is. Dit geskied uiteraard teen die agtergrond van die feit dat die verval van die morele waardestelsel, veral in die besigheidswêreld, 'n besondere laagtepunt bereik het. Die toenemende berigte in die media oor voorvalle van onreg, onbillikheid, diskriminasie, korrupsie, diefstal, oneerlikheid, onbetroubaarheid, ensovoorts, wat van die grootste firmas in die stad tot by die mees verafgeleë plase in die platteland voorkom, bevestig dit: ons leef in 'n markplek wat al hoe meer integriteitloos raak. Die senuagtigheid waarmee internasionale beleggers opkomende markte, soos Suid-Afrika, bejeën, bevestig die vermoede: "you can't trust them." Jacob Rooi skryf in 'n artikel wat in die Rapport van 22 Februarie verskyn het: "Hoe kom ons weer op die pad na morele waardes, integriteit en eerlikheid? Hoe kan ons die verdere vervlakking in moraliteit en integriteit in ons land keer? Êrens het ek geles: "Morele leierskap is onmisbaar vir die hede en die toekoms. Sonder morele waardes is Suid-Afrika op 'n glibberige baan van agteruitgang." Aldus Rooi. Die sleutelwoord is vertroue. Ons moet weer die vertroue in ons markplek herstel. Vertroue en welvaart gaan hand aan hand. Ons markplek moet sy integriteit herwin. Dit is 'n voorwaarde vir die realisering van 'n Afrika Renaissance. Die vraag is: hoe doen ons dit? Eerste van alles moet ons verstaan dat as ons van morele herlewing in die markplek praat, werk ons met twee begrippe, nl. "besigheid" en "etiek". "Besigheid" kan gedefinieer word as enige situasie waar mense vrywillig met mekaar transaksies aangaan om valuta (geld) vir goedere of dienste uit te ruil. "Etiek" hou hom besig met die vraag na wat is goed of reg in die proses van menslike interaksie. Besigheidsetiek, oftewel 'n waardestelsel in die markplek, gaan derhalwe oor dáárdie standaard van gedrag wat die belange van almal wat by die ekonomiese interaksie betrokke is, optimaal sal bevoordeel. "Ethical behavior results when one does not merely consider what is good for oneself, but also considers what is good for others" (Rossouw, D: Business Ethics 2004 p 4). Omdat besigheid in sy wese 'n sosiale aktiwiteit is, is die bevordering van jou eie belang, sowel as die belang van die ander, essensieel as jy 'n volhoubare besigheid

wil bedryf. Tweedens moet ons opnuut nadink oor die doel van besigheid. Op die vraag: “wat is die doel van besigheid?” lui die mees algemene antwoord: “om wins te maak.” Maar hoe maak ’n besigheid dié wins? Daarop lui die antwoord: “deur ’n diens of produk aan ander mense te verkoop.” Derhalwe is besigheid uit noodsaak ten nouste met die samelewing verbind. Daarom moet ’n besigheid die belange van diegene buite die mure van die besigheid dien om te bestaan. In die markplek is besigheid en etiek die twee kante van dieselfde muntstuk. Die sukses van ’n besigheid hang ten nouste saam met die waardestelsel waardeur die besigheid sy gedrag teenoor ander mense laat rig. Daar bestaan egter by ’n groot klomp deelnemers in die markplek die wanopvatting dat besigheid en etiek mekaar wedersyds uitsluit. Baie sakelui is van oortuiging dat ’n etiese gedragskode jou kanse op suksesvolle besigheid benadeel. Dié oortuiging vind uitdrukking in die sogenaamde “business slogans” wat algemeen in die markplek voorkom: “dog eat dog; survival of the fittest (slyest?); nice guys come second; if you can’t beat them, join them; all that matters is the bottom line.” Dit is egter ’n totaal andersoortige gedragskode as waarvan die Bybel praat. ’n Gedragskode (waardestelsel) vir die markplek, wat daarvan getuig dat die belange van die ander voorop gestel word, is nie iets wat van buite af deur wetgewing vinnig en effektief gereël kan word nie. Waardes is iets wat van binne af uit die kern van ons bestaan kom. Dit gaan ten diepste oor die vraag na mens se lewens- en wêreld-beskouing. Mens se gedrag teenoor mekaar – ook in die markplek – berus op ’n waardestelsel; mens se waardestelsel is op sy beurt weer gewortel in ’n lewens- en wêreldbeskouing. (Sien skets hiernaas). In ’n mens se lewens- en wêreldbeskouing gaan dit ten diepste oor die geloofsvraag: Is God, of is Hy nie? Is Hy die Skepper? Is Hy die Eienaar? As Hy nie is nie, is dit na alle waarskynlikheid die rede waarom mense in die markplek teenoor mekaar integriteitloos optree. Aan die ander kant: As God is, is Hy ook die Skepper. En as Hy die Skepper is, is Hy ook die Eienaar. As Hy die Eienaar is, beteken dit dat mense waarde het. As mense waarde het, raak dit van kardinale belang hoé ons teenoor hulle optree, en veral hoé ons tenoor mekaar in die markplek optree. Vir enige organisasie om optimaal te funksioneer, is goeie verhoudings tussen die betrokkenes van die aller grootste belang. Ten einde te verseker dat sulke verhoudings in die markplek vestig en groei, moet werkgewers en werknemers hulle tot ’n etiese gedragskode verbind. Integriteit behoort die wagwoord te wees. Daarsonder is mens kort voor lank óf sonder werk, óf sonder besigheid... Floors Meyer