Dr. Ivan Turk*

VPLIV RAZLIČNIH STOPENJ ZBLIŽEVANJA LJUDI NA ODLIČNOST V NJIHOVIH POSLOVNIH RAZMERJIH (skozi prizmo revizorjevega gledanja)

Problems of Excellency in the Interpersonal and Business Relation Levels

POVZETEK ● *Poznanstvo, tovarištvo in prijateljstvo so tri različne ravni medosebnih razmerij. Znaki osebne odličnosti začenjajo na prvi ravni z olikanostjo, poštenostjo, resnicoljubnostjo in pravičnostjo, na drugi ravni so dopolnjeni z zanesljivostjo, preudarnostjo, prizadevnostjo in voditeljskostjo, medtem ko na tretji ravni zajemajo še izobraženost, izvirnost, podjetnost, plemenitost in samozavednost. Višja raven pri poslovnih razmerjih pa ni zagotovljena z višjo ravnijo pri medosebnih razmerjih, ker načelo razdalje in nepovezanosti strank pri poslu ne dovoljuje sicer normalnih odzivov sorodnikov, prijateljev in navsezadnje niti članov iste politične stranke*.

Ključne besede ● *medosebna razmerja, poslovna razmerja, poznanstvo, tovarištvo, prijateljstvo, odličnost oseb.*

1. UVOD

Kot različne stopnje zbliževanja ljudi lahko štejemo njihovo poznanstvo, tovarištvo in prijateljstvo. Kot znake odličnosti pri človeku sem pa pred leti predstavil izobraženost, olikanost, preudarnost, prizadevnost, izvirnost, zanesljivost, podjetnost, voditeljskost, pravičnost, resnicoljubnost, poštenost, plemenitost in samozavednost. Očitno je odličnost na različnih stopnjah zbliževanja ljudi treba presojati na različne načine. To je pa naloga, ki jo

* doktor ekonomskih znanosti; pooblaščeni revizor, preizkušeni računovodja, preizkušeni notranji revizor, preizkušeni poslovni finančnik; redni univerzitetni profesor na Ekonomski fakulteti v Ljubljani, zaslužni profesor Univerze v Ljubljani.

nameravam osvetliti v tej razpravi. Hkrati pa opozoriti na to, da odličnost pri poslovnih razmerjih ni nujno istovetna z odličnostjo pri medosebnih razmerjih in da višja stopnja medosebnih razmerij lahko celo škoduje neoporečnosti pri poslovnih razmerjih.

2. POZNANSTVO IN VPRAŠANJE ODLIČNOSTI

Poznanstvo je razmerje med ljudmi, ki se poznajo. Poznati pa pomeni vedeti za obstajanje ter vsaj delno za lastnosti in značilnosti koga. Ker je poznanstvo šele prva stopnja medsebojnega zbliževanja ljudi, je tudi možnosti za vedenje o drugem sorazmerno omejena. Razlikovati pa je treba (slučajnega) znanca in bližjega znanca.

Znanec je človek, ki smo ga ob kaki priložnosti videli in se nam je vtisnil v spomin ali se vsaj spomin na to srečanje zbudi, ko ga srečamo ponovno. Pri tem ni nujno, da nam je predstavljen ter da ga poznamo po imenu. Poslovni znanci so pa tisti, s katerimi smo že bili v stiku pri poslovanju, npr., ko smo kaj kupili ali prodali ali se vsaj pozanimali o takšnem poslu, vendar nismo z njimi vzpostavili nikakršnih trajnejših poslovnih stikov.

Z **bližjimi znanci** smo bodisi že nekaj skupaj preživeli ali skupaj preživljamo. Bližji poslovni znanci so pa tisti, s katerimi imamo večkrat stike pri poslovanju, vendar vsakokrat zgolj v obsegu tedanjih potreb, ne da bi računali s trajnejšimi poslovnimi stiki tudi v prihodnosti.

Odličnost slučajnih znancev lahko povezujemo zgolj z njihovim videzom, vezanim na obleko, obutev, osebno urejenost, a tudi na obnašanje. To pomeni, da se kot znak odličnost lahko pojavi le njihova **olikanost**, tj. lastnost, značilnost človeka, ki se vedno lepo vede in tudi lepo govori. V tej zvezi je koristno spomniti na to, da smehljaj tudi pri slučajnih srečanjih nič ne stane, a napravi življenje takoj prijetnejše. Najbolj moteče pa že pri znancih izstopa tisto nasprotje olikanosti, ki ga označujemo kot *nevljudnost*, tj. lastnost, značilnost človeka, ki se ne vede, ravna v skladu z družbenimi pravili. Seveda je že na tej stopnji mogoče zapaziti, da vsakdo presoja vljudnost in nevljudnost s svojega zornega kota, pogojenega z njegovo lastno kulturno razvitostjo. Pri bližjih znancih začnemo poleg olikanosti paziti še na druge znake njihove odličnosti, npr. na **poštenost**, tj. lastnost, značilnost človeka, ki obvladuje moralno slaba nagnjenja in teži k dobremu, a tudi človeka, ki se ne okorišča z oškodovanjem drugega. Prav tako začnemo paziti še npr. na **resnicoljubnost**, tj. lastnost, značilnost človeka, ki upošteva le tisto, kar je skladno z dejstvi, kar se dogaja in kar ni posledek izmišljanja. Končno tudi na **pravičnost**, tj. lastnost, značilnost človeka, ki pri presojanju in vrednotenju upošteva dejstva ter ravna v skladu z moralnimi in drugimi načeli, in ne po osebnih nagnjenjih ali interesih. Seveda je

vprašljivo, v kolikšni meri utegnemo zaznavati takšne znake odličnosti. Spet je tudi sedaj mogoče zapaziti razlike v sodilih, ki izhajajo iz lastne kulturne razvitosti. Če v nadaljevanju izhajamo iz sodil človeka, ki si prizadeva biti odličen, nas očitno iz sklopa poštenosti utegne med njenimi nasprotji motiti zlasti *prevarantstvo*, tj. lastnost, značilnost človeka, ki z namenom okoriščanja zavaja koga v zmoto. Iz okvira resnicoljubnosti nas utegne med njenimi nasprotji motiti zlasti *hinavščina*, tj. takšno vedenje ali govorjenje, ki se kaže drugačno, navadno boljše kot je v resnici. Iz okvira pravičnosti pa nas utegne med njenimi nasprotji motiti zlasti *zavistnost*, tj. lastnost, značilnost človeka, ki čuti veliko nezadovoljstvo, da kdo ima ali je deležen česa, kar si sam želi. Takšne negativne znake človeka lahko dosti hitreje zapazimo kot pozitivne znake, nakar vplivajo na našo oceno tistega, ki se pojavlja kot bližji znanec. O drugih znakih odličnosti in njihovih nasprotjih pri znancih in bližjih znancih še ni govor, ker je naše medsebojno zbližanje in s tem spoznavanje še na prenizki stopnji. Vendar nas vse to pri slučajnih poslovnih stikih niti ne moti.

Sedaj povežimo v večji meri vprašanja poznanstva z vprašanji poslovnih razmerij! Poslovna razmerja so razmerja, ki se pojavljajo med posamezniki in organizacijami pri njihovem medsebojnem poslovanju, a tudi v okviru posamezne organizacije, ki je vključena v poslovanje, in so povezana ravno z ljudmi, ki sestavljajo te organizacije ali jih navzven predstavljajo in zastopajo. Iz tega izhaja spoznanje, da lahko govorimo o zunanjih poslovnih razmerjih, kadar imamo v mislih razmerja med organizacijami, ki izvajajo medsebojne posle, in o notranjih poslovnih razmerjih, kadar imamo v mislih razmerja v okviru posamezne organizacije, ki sicer vstopa v zunanje posle. Glede na opredelitev poznanstva v nasprotju z opredelitvijo tovarištva so sedaj zanimiva predvsem zunanja poslovna razmerja. Poznanstvo lahko mnogokrat olajša vzpostavitev kakega poslovnega razmerja. Čim bolj koga poznamo po njegovih pozitivnih lastnostih, tem bolj mu lahko zaupamo pri poslovnih razmerjih. Tako je spoznana odličnost znancev in bližjih znancev lahko pomembna sestavina vzpostavljanja in ohranjanja dobrih poslovnih razmerij med organizacijami. Pri njih praviloma ne obstajajo še kaki drugi interesi mimo tistih, da svoje poznanstvo izrabijo v prid svoji organizaciji, ki jo v poslovnih razmerjih predstavljajo in zastopajo; če pa bi že obstajali, se ne morejo zaradi premajhnega zbližanja med ljudmi tudi močneje uveljaviti. Odličnost znancev in ožjih znancev je večinoma znak njihove visoke poslovne morale. Iz takšnih spoznanj praviloma ne izstopa niti tista skupina znancev in bližjih znancev, ki jo sestavljajo daljni sorodniki. Zato se ne pojavljajo kaki posebni moralni pomisleki, kadar se ti pojavljajo v poslovnih razmerjih na nasprotnih poslovnih straneh.

3. TOVARIŠTVO IN VPRAŠANJE ODLIČNOSTI

Tovarištvo je razmerje med tovariši, ki lahko preraste v zavest o povezanosti z njimi in v pripravljenost pomagati jim. Spet pa je treba razlikovati (običajnega) tovariša od bližjega tovariša.

Tovariš je človek, s katerim nas povezuje enak poklicni položaj ali pripadnost isti skupnosti. Tovariš iz službe je npr. človek, s katerim smo zaposleni v isti organizaciji in potemtakem pripadamo isti skupnosti. Seveda s tem še ni rečeno, da od samega začetka obravnavamo vsakega zaposlenca v naši organizaciji kot tovariša. Da lahko začnemo govoriti o tovarišu, je potrebno medsebojno poznanstvo. Šele načelno in posredno je naš tovariš tudi tisti zaposlenec v organizaciji, ki ji pripadamo, katerega še nismo utegnili spoznati. Takšno razširjeno razumevanje tovarišev nam lahko služi kot podlaga za pojasnitev običaja, da šteje v socialistični družbi vsak človek kot naš tovariš, čeprav nam je ob začetku povsem nepoznan. Izraz tovariš, ki se je v takšnih okoliščinah pri nas nekoč uveljavil, velja za nam znanega ali neznanega človeka. Ker se pa bomo v nadaljevanju omejili na bolj oprijemljive pojme, bomo govorili o tovarišu le kot o tistem znanem človeku, za katerega vemo, da nas z njim povezuje enak poklicni položaj ali pripadnost isti skupnosti. Razlika med pojmoma tovariš in znanec je torej očitna. Najpogosteje se pojavlja tovarištvo ravno v povezavi s poslovnimi razmerji, bodisi v okviru iste organizacije ali med organizacijami, ki so vpletene v posle, oziroma med posamezniki, ki izvajajo kake naloge v okviru iste organizacije. Za dober potek poslov je celo zelo pomembna zavest o tovarištvu.

Do sedaj smo govorili o pojmu tovariša nasploh. Ta pojem ne predpostavlja samo enak poklicni položaj ali pripadnost isti skupini, temveč tudi določena razmerja medsebojne pomoči. Biti tovariški pomeni ne gledati samo nase, temveč poznati tudi obveze do drugih, čeprav niso zapisane s pravnimi, temveč zgolj z moralnimi pravili. Do znancev takšnih obvez skorajda ni; zmanjšane so na tisto najmanjšo mero, ki jo določa sam obstoj človeka kot družbenega bitja. Med tovariši so nasprotno te obveze dosti večje. Tovarištvo se izkaže v pomoči, ki jo daje boljši slabšemu, močnejši slabotnejšemu, v izkazovanju raznih uslug itd. V še dosti večji meri to velja za **bližjega tovariša**. Z navadnim tovarišem nas nekaj povezuje iz objektivnih razlogov. Razgovori se dotikajo splošnih zadev in ne osebnih zaupnosti. Zato ima še vedno rahel pečat službenosti. Z bližjim tovarišem nas ne povezujejo zgolj objektivni razlogi skupnega položaja, temveč tudi razlogi, vezani na naklonjenost. Naklonjenost je lahko tudi zgolj enostranska, po čemer je bližjega tovariša treba razlikovati od prijatelja. Kot prijatelja namreč ne moremo šteti tistega, ki mu sami nismo prijatelj. Nasprotno lahko štejemo kot bližjega tovariša tudi tistega, ki mu morda sami nismo bližji tovariš. Seveda velja takšno razmerje le toliko časa, dokler posameznik z

neprimernim vedenjem ne zapravi naklonjenosti drugega. Pri tistem, ki ga štejemo kot bližjega tovariša, se nam širi med drugim vsebina razgovorov preko tiste, ki je običajna med navadnimi tovariši. Če sedaj govorimo o poslovnih tovariših, mislimo na tiste, s katerimi smo poslovno povezani in si medsebojno pomagamo, torej ravnamo več kot zgolj opravimo vsakokratni posel; mnogokrat so napačno označeni kot »poslovni prijatelji«, saj gre pri prijateljstvu dejansko za povsem drugačno kakovostno razmerje. Ravno na takšnem tovarištvu pa je zasnovana tudi odličnost pri normalnih poslovnih razmerjih.

Če presojamo odličnost tovarišev, imamo bolj zahtevna sodila kot pri znancih in bližjih znancih. Predvsem se ne zadovoljujemo več zgolj z **olikanostjo**, **poštenostjo, resnicoljubnostjo** in **pravičnostjo.** Vendar se že pri olikanosti sedaj pojavljajo novi poudarki. Gre predvsem za poudarek tega, da imamo opravka s *sodelavcem*, tj. z osebo v razmerju do druge osebe, kateri pomaga pri kaki dejavnosti, nalogi. Čeprav imamo tu lahko že nadrejene in podrejene, se pri nadrejenih olikanost kaže v odsotnosti *grobosti*, tj. žaljivega nastopa do drugih ljudi, a tudi v odsotnosti *nedostopnosti*, tj. pomanjkanja dobrohotnosti v občevanju s podrejenimi. V razmerjih med povsem enakimi se olikanost kaže tudi v odsotnosti *nadležnosti*, tj. značilnosti koga, da se pojavlja s časom ali položajem neprimernimi zahtevami, dejanji, ter s tem povzroča komu neprijetnosti ali slabo voljo. Kot dodatno sodilo odličnosti tovarišev vpeljujemo **zanesljivost**, tj. lastnost, značilnost človeka, na katerega se je mogoče zanesti in ki ne zbuja nobenega dvoma o tem, da bo uresničil tisto, kar je obljubil ali kar se od njega pričakuje. Prav tako dodatno vpeljujemo še **preudarnost**, tj. lastnost, značilnost človeka, ki s podrobnim razčlenjevanjem dejstev, podatkov prihaja do zaključkov. Medtem ko se pri prvih štirih znakih odličnosti, ki so pomembni že pri znancih in bližjih znancih, sedaj ne zadovoljujemo več zgolj s spoznavanjem, da ne prihaja do njihovega nasprotja, temveč želimo njihovo potrjevanje, nas pri novih dveh znakih vsaj pri navadnih tovariših zanima najmanj to, da ne zaznamo kakih njim nasprotnih znakov. Očitno nas sedaj iz sklopa zanesljivosti kot njeno nasprotje najbolj moti *malomarnost*, tj. lastnost, značilnost človeka, da dela kaj brez prave volje, pazljivosti, zanimanja. Iz sklopa preudarnosti nas kot njeno nasprotje najbolj moti *neumnost*, tj. lastnost, značilnost človeka, da ni sposoben hitro dojemati in prodorno misliti oziroma da ne ravna v skladu z razumom, pametjo. Pri bližjih znancih začnemo poleg zanesljivosti in preudarnosti dodatno paziti še na njihovo **prizadevnost,** tj. lastnost, značilnost človeka, ki je dejaven, da bi kaj dosegel, uresničil; prav tako tudi na **voditeljskost**, tj. lastnost, značilnost človeka, da zna voditi druge ljudi in uresničevanje česa ter organizirati in uskladiti delovanje, a tudi spodbuditi sodelavce k doseganju postavljenih ciljev. Očitno nas sedaj iz sklopa prizadevnosti kot njeno nasprotje najbolj moti *lenoba* in iz sklopa voditeljskosti kot njeno nasprotje *nered***.**

Sedaj spet povežimo v večji meri vprašanja tovarištva z vprašanji poslovnih razmerij! To pot se povezava ne nanaša samo na zunanja poslovna razmerja, temveč tudi na notranja v okviru posamezne organizacije, saj to pravzaprav izhaja že iz opredelitve tovarištva samega. Pri zunanjih poslovnih razmerjih

občutek tovarištva nadgrajuje dobra poslovna razmerja, ki sicer nastajajo na podlagi poznanstva. Tako je spet spoznana odličnost tovarišev in bližjih tovarišev, ki je dosti bolj poglobljena kot spoznana odličnost znancev in bližjih znancev, lahko dodatna pomembna sestavina vzpostavljanja in ohranjanja dobrih poslovnih razmerij med organizacijami. Poslovna morala lahko v tem pogledu doseže višjo raven. Po drugi strani občutek tovarištva lahko pomembno gradi tudi kakovost notranjih poslovnih razmerij v organizaciji, saj je zasnovan na pripadnosti isti organizaciji. Na tej točki razmišljanj se pa nam pojavi spoznanje, da imamo v skupini tovarišev in bližjih tovarišev lahko tudi takšne, ki želijo višjo stopnjo osebnega zbližanja izkoristiti za kake posebne interese. Posebni osebni interesi se lahko pojavijo tako pri zunanjih poslovnih razmerjih med dvema organizacijama ali posamezno organizacijo in zunanjim posameznikom kot tudi pri notranjih poslovnih razmerjih v okviru posamezne organizacije. V prvem primeru gre na podlagi tako imenovanega tovarištva npr. za pridobitev poslov pod prednostnimi okoliščinami z osebnim okoriščanjem in v drugem primeru za podpiranje koga ne glede na njegove dejanske sposobnosti. Nevarnosti, ki se pojavljajo za pošten razvoj zunanjih in notranjih poslovnih razmerij, se še povečajo, če ne gre zgolj za izkoriščanje osebnih navezav dveh ali več oseb, temveč za načrtno delovanje v posebej organizirane združbe vključenih članov. Naj v tej zvezi spomnimo na možne koristi, ki jih za kako politično stranko lahko pridobijo njeni člani. Od njihove moči je nato odvisno, kakšno vlogo bodo imeli v okviru notranjih poslovnih razmerij v organizaciji kot takšni in zlasti pri zunanjih poslovnih razmerjih med organizacijami. Posebne zgodbe ustvarjajo še tisti, ki želijo ob naslonitvi na takšno združbo graditi svojo lastno kariero in lastne koristi. Ožja ali širša javnost kmalu zapazi kake nemoralnosti pri sicer formalnih poslovnih stikih med organizacijami ali rešitvami v okviru posamezne organizacije. Kot poseben pojav, ki je prav tako grajen na tovariških razmerjih, pa ne smemo pozabiti niti obstoj takšne skrajnosti, ki jo na tovariški podlagi predstavlja kaka hudodelska združba s svojim delovanjem, ki ima obliko povsem formalnih poslovnih stikov.

4. PRIJATELJSTVO IN VPRAŠANJE ODLIČNOSTI

Prijateljstvo je razmerje med prijatelji, ki pomeni nadgradnjo začetnega poznanstva ali začetnega tovarištva v povsem novo kakovost. Kot ugotavlja francoski psiholog Ignace Lepp, je »izvor« prijateljstva afektivna energija, libido. Medtem ko gre pri tovarištvu za objektivno razmerje, gre pri prijateljstvu za subjektivno razmerje, vezano na »preskok iskre« med dvema osebama. Prijateljstvo je podobno kot ljubezen najbolj naravni izraz človeške afektivnosti. Spet pa je treba razlikovati med (navadnimi) prijatelji in bližjimi prijatelji.

Prijatelj je človek, s katerim nas povezuje medsebojna privlačnost, podkrepljena s sorodnostjo razmišljanja in čustvovanja, kar vodi do medsebojnega zaupanja, iskrenosti, vpliva in pomoči. Prijatelj je človek, ki nam je zaradi svojih lastnosti, značilnosti všeč in kateremu smo tudi sami všeč. Prijateljstvo mora biti obojestransko; prijatelj nam ne more biti nekdo, kateremu sami nismo prijatelj. Toda tudi pri prijateljih razlikujemo poleg navadnega prijatelja še **bližjega prijatelja**. Medtem ko smo si z navadnimi prijatelji že lahko odkriti v zadevah, ki se tičejo razuma, smo si praviloma šele z bližjimi prijatelji lahko odkriti tudi v zadevah, ki so povezane s čustvi. Predvsem pa bližjih prijateljev ni veliko. Največkrat obstaja samo en bližji prijatelj poleg večjega števila navadnih prijateljev, saj navsezadnje nimamo niti potrebe, da bi število bližjih prijateljev bolj širili. Poslovni prijatelji so kvečjemu navadni prijatelji in ne bližji prijatelji; pri njih v primerjavi s poslovnimi tovariši napreduje tovarištvo v prijateljstvo. Pri njih ne gre toliko za sorodnost razmišljanja in čustvovanja kot predvsem za poslovno iskrenost, zaupnost in medsebojno pomoč v okviru razmerij pri poslovanju; naklonjenost pri tem je seveda precej več kot prijaznost, ki jo utegnemo pričakovati že v okviru razmerij med poslovnimi tovariši.

Če presojamo odličnost prijateljev, imamo še bolj zahtevna sodila kot pri znancih, bližjih znancih, tovariših in bližjih tovariših. Ne zadovoljujemo se več z **olikanostjo, preudarnostjo, prizadevnostjo, zanesljivostjo, voditeljskostjo, pravičnostjo, resnicoljubnostjo in poštenostjo**, temveč dodajamo še pet znakov odličnosti kot sem jih navedel ob začetku. Gre za **izobraženost**, tj. lastnost, značilnost človeka, ki ima načrtno razvite sposobnosti za delovanje na svojem strokovnem področju in je seznanjen tudi z dosežki na drugih področjih. Dalje za **izvirnost**, tj. lastnost, značilnost človeka, ki ni odvisen od vzora, predloge ter tudi nazorov in navad drugih in se po tem loči od drugih ljudi. Dalje za **podjetnost**, tj. lastnost, značilnost človeka, ki se pri svojem delu loteva novih in novih nalog ter je zaradi svoje preudarnosti in modrosti sposoben prevzeti tudi tveganja v zvezi z novim delovanjem. Dalje za **plemenitost,** tj. lastnost, značilnost človeka, ki rad pomaga drugim ljudem. In končno za **samozavednost**, tj. lastnost, značilnost človeka, ki se zaveda samega sebe, svojega jaza, ki ima v sebi sodilo za pravilnost svojega ravnanja, svojo vest, tj. občutek o moralnosti lastnega ravnanja, razmišljanja, ki zbuja občutek moralne odgovornosti. Vsi takšni znaki odličnosti nas ob prijateljstvu spodbujajo in pripomorejo k lastni rasti. Pri bližjem prijatelju ni nikakršnih dodatnih znakov odličnosti, ki jih pričakujemo na njem, pojavlja se kvečjemu potreba po večji intenzivnosti obravnavanih znakov in po tem, da se ne pojavljajo kaka nasprotja od njih. Tako nas utegne zlasti motiti tisto nasprotje od izobraženosti, ki ga označujemo kot *nižja kulturnost*, tj. lastnost, značilnost človeka, ki so mu tuji dosežki in vrednote človeške družbe. Prav tako tisto nasprotje od izvirnosti, ki ga označujemo kot *nespodbudnost*, tj. lastnost, značilnost človeka, ki zaradi zgolj posnemanja drugih sam ne vpliva pozitivno na nadaljnje ravnanje, delovanje, dogajanje. Dalje tisto nasprotje od podjetnosti, ki ga označujemo kot *obotavljivost*, tj. lastnost, značilnost človeka, ki ni sposoben za končno odločitev. Dalje tisto nasprotje od plemenitosti, ki ga označujemo kot *jezljivost*,

tj. lastnost, značilnost človeka, ki rad kaže svojo nejevoljo, jezo. Končno tisti podaljšek samozavednosti, ki ga označujemo kot *domišljavost*, tj. lastnost, značilnost človeka, da ima pretirano dobro mnenje o sebi. Za odličnost pri poslovnih razmerjih takšna nadgradnja lastnosti, značilnosti ni več neizogibna, preveliko osebno zbližanje pri prijateljstvu pa lahko ob siceršnjih nasprotjih interesov celo škodi tistim poslovnim temeljem, ki so pri tovarištvu zastopana s pravičnostjo, resnicoljubnostjo in poštenostjo.

Tako smo prišli še do potrebe, da povežemo v večji meri vprašanja prijateljstva z vprašanji poslovnih razmerij, tako zunanjih poslovnih razmerij kot notranjih poslovnih razmerij. V obeh primerih ima lahko prijateljstvo poleg pozitivnih posledic tudi negativne posledice. Pri zunanjih poslovnih razmerjih lahko prijateljstvo med osebama, ki sicer predstavljata in zastopata različni organizaciji v poslu, povzroča škodo vsaj eni od obeh organizacij, sam posel pa ne more več imeti oznake neoporečnosti. Zanimivo je, da se zadeva pravno izpostavlja le v primeru tiste posebne podskupine prijateljev in ožjih prijateljev, ki je označena kot ožje_sorodstvo, čeprav pri njem mnogokrat ne gre več niti za prijateljstvo, temveč zgolj za posebni interes, ki ga skušajo uveljaviti zaradi »krvnih vezi«.Pri tako imenovanih povezanih_strankah je težko pričakovati uresničitev širše zamišljene poslovne morale ter se zadeva preje prevesi na področje korupcije. Kljub vsemu je zanimivo, da se praviloma bolj izpostavljajo nepravilnosti, ki izhajajo iz pravno opredeljenih sorodstvenih povezav ali drugače premoženjsko povezanih strank ter zanemarjajo tiste, ki imajo svoj izvor preprosto v prijateljskih vezah. Kar se tiče notranjih poslovnih razmerij v okviru posamezne organizacije kaže opozoriti le na to, da domačnost, ki je lastna prijateljstvu, navadno zakriva tudi hujše nepravilnosti v organizaciji, proti katerim bi sicer bilo treba nastopiti. Spet je zanimivo, da v številnih organizacijah preprečujejo zaposlitev članov ožjega sorodstva, čeprav med njimi ni tesnih medsebojnih vezi, popolnoma pa pozabljajo na povezave, ki obstajajo med prijatelji v okviru njihovih zaposlencev in ki imajo lahko dosti bolj neugodne posledice za samo organizacijo in za druge.

5. ZAKLJUČEK

Poznanstvo, tovarištvo in prijateljstvo so tri stopnje medsebojnega zbliževanja ljudi. Medtem ko pri poznanstvu zgolj vemo za obstoj ter za nekatere lastnosti in značilnosti koga, se pri tovarištvu pojavlja že večja povezanost zaradi enakega poklicnega položaja ali pripadnosti določeni skupnosti, pri prijateljstvu pa se zaradi medsebojne privlačnosti medsebojna razmerja še močno poglobijo. Vendar vse začne s poznanstvom. Tudi tedaj, kadar nas od samega začetka povezuje enak poklicni položaj ali pripadnost isti skupnosti, priznamo nekoga za tovariša šele potem, ko ga osebno poznamo. Ali bo začetno poznanstvo in

tovarištvo kasneje preraslo v prijateljstvo, je odvisno od tega, ali nam medsebojna privlačnost daje podlago za tesnejše zbliževanje. Začetno poznanstvo praviloma ne preskoči tovarištva, saj se prijateljske vezi začno razvijati šele potem, ko se naše poznanstvo poglobi s tovarištvom po sili razmer ali po lastni izbiri. V vsakem primeru pa pride do kakovostnega skoka v prijateljstvo šele tedaj, ko odigra svojo vlogo dejstvo, da so si znanci in tovariši tudi medsebojno všeč in da se radi družijo, kar nato prispeva k nastajanju medsebojne iskrenosti in zaupanja, zlasti še, če ugotovijo sorodnost razmišljanja in čustvovanja.

Če pelje lestvica medsebojnega zbliževanja in medsebojnega poznavanja od znanca do bližjega prijatelja, ni mogoče pričakovati, da bo nujno enako peljala tudi lestvica kakovosti poslovnih razmerij in neoporečnosti poslov. Ta lestvica največkrat doseže svoj vrh v tovarištvu pri zunanjih in notranjih poslovnih razmerjih, a lahko že v okviru tovarištva začne padati zaradi interesov tistih, ki so včlanjeni v kako združbo, ali posebnih osebnih interesov pod potuho takšnega včlanjenja in doseže še nižjo raven pri prijateljskih in ožjih sorodstvenih interesih, ki lahko vodijo do bistvenih odmikov od načel poslovne morale ter se nehajo v obliki takšnega ali drugačnega okoriščanja na škodo drugih ali s takšno ali drugačno obliko korupcije kot posledka zbližanih medosebnih razmerij. Medtem ko je v nekaterih primerih pravna pozornost omejena zgolj na nedopustnost sorodstvenih povezav, jo izkušnje ljudi spoznavno širijo še na nedopustnost prijateljskih povezav in povezav v okviru pripadnosti isti somišljenjski, politični ali interesni združbi. Stremljenje po odličnosti posameznika pa lahko zaradi njegovih slabosti po sodilu vsesplošno razumljene moralnosti navkljub drugim krepostim vodi do pojava negativne sodbe o njem.

SUMMARY ● *Acquaintanceship, comradeship and friendship are three different levels of interpersonal relations. The signs of personal excellency begin in the first level with mannerliness, honesty, truthfulness and impartiality, in the second level are completed with reliability, deliberateness, assiduousness and leadership, and in the third level additional completed with culture, originality, entrepreneurial spirit, generosity and self-affirmation. However, the higher level of business relations is not assured with the higher level of interpersonal relations because the arm's length transactions do not allow the normal reactions of relatives, friends and last but not least the party members.*

Key words ● *interpersonal relations, business relations, acquaintanceship, comradeship, friendship, excellency of persons.*