

*Др Фуада Станковић, редовни професор
Правног факултета у Новом Саду*

ПОСЛОВНА ЕТИКА У ЗЕМЉАМА У ТРАНЗИЦИЈИ

Сажетак: У раду се разматрају корени савременог схватања пословне етике, однос њихови и етике и „етиичности” њихови, пословна етика као део савремене теорије менаџмента, значај пословне етике у времену глобализације и међународном бизнису и искуства земаља у транзицији у суочавању са потребом придавања веће важности пословној етици и доношењу промена из те области.

Кључне речи: „етиичности” њихови, друштвена одговорности бизниса, ситејхолдери, етиички кодекс, сукоб интереса.

Корени савременог схватања пословне етике

Подручје пословне етике традиционално је било у домену филозофа, академика и социјалних критичара.

Енглеска „природна етика” у 18 веку као основна наука о човеку, о његовој природи, знању и понашању довела је до формулисања читавог низа „природних закона” који су имали значајно место у економској анализи тога времена. За економисте је то пре свега била аналитичка етика, анализа стварног понашања, јер се већ тада у економској теорији избегавао нормативизам. Економисти су такође морали користити психологију која је не само одређивала приступ етичким појавама, него је морала и да их објашњава. Нормативизам се у случају етике ипак није могао избећи с обзиром да се увек мора поставити питање како би појединци требало да се понашају. Наравно, економисти су по-

кушавали да што је могуће егзактније предвиђају понашање. Они су у великој мери прихватили мишљење чувеног утилитаристе Бентама да су једини интереси на које се појединац може ослонити у оцени било чега његови властити интереси, али да ти интереси воде рачуна о интересима, осећањима и односима других људи.¹

Расправе везане за етичко понашање у економској сфери увек су се кретале између егоизма и алтруизма, при чему је наравно егоизам увек био примарна одредница понашања „*homo oeconomicus-a*”. „Рачун ужитка и бола” као кратка дефиниција економске логике коју је у 18. веку формулисао маргиналистички правац на челу са Стенлијем Џевонсом (*Stanley Jevons*) по претпоставци су мерљиве величине које се могу сабирати и у збиру претстављати нешто што се зове „срећа”. А индивидуалне „среће” се сабирају у друштвени резултат који ће се ускоро назвати општим добром или благостањем. (Школа друштвеног благостања). Ово утилитаристичко схватање има и своју нормативну страну, па је основно нормативно начело утилитаризма „највећа срећа највећег броја људи”.

Утилитаризам је по свом приступу, методологији и карактеру својих резултата био последњи систем природног права², а он и данас представља филозофски оквир размишљања највећег броја економиста.

Утилитаризам је нормативни систем с јаком склоношћу према праву. (Бентам је поред осталог био и правник). Као схоластички систем, он је био систем моралних императива и правних начела, са значајним егалитаристичким елементом („највећа срећа највећег броја људи”). Такође битна карактеристика утилитаризма је схватање да је сваки појединац једнако вредан, али и да је неформалан и савитљив материјал, и да га зато треба образовати а затим пустити да слободно бира.

Дакле, утилитаризам је филозофски правац који је до данашњих дана највише утицао на ставове економских теоретичара и у великој мери на схватање пословне етике.

Тржиште и етика – „етичност” тржишта

Међу економским теоретичарима се још од Адама Смита водила дискусија око „етичности” тржишта насупрот „етичности” државне интервенције. У новије време ова компарација се изражава супротстављањем слободног уласка и изласка са тржишта као кључне карактеристике слободног тржишта и права гласа као кључне карактеристике политичке демократије. Тако се путем ове разлике диференцира економија у односу на политику.

Неки економисти истичу да су тржишне норме имперсоналне, а да су купци и продавци странци који немају међусобних личних веза или обавеза.

¹ J. Bentham, *An Introduction to the Principles of Morals and Legislation*, 1789)

² J. Schumpeter, *Повијест економске анализе*, Информатор Загреб, 1975. с. 110

Свака страна у тржишном односу се посматра као средство за остваривање циљева независних од обе стране у том односу. Потврда за ово је карактеристичан идеал економске слободе да економски субјекти иду на тржиште следећи своје властите индивидуалне интересе који неће бити угрожени жељама других људи. Добра, робе су ексклузивни и конкурентски. Тржишта одговарају на ефективну тражњу и не праве разлику између различитих жеља са становишта укуса. Утицај појединца се пре свега изражава у чињеници да он увек може слободно да изађе са тржишта и да он/она немају глас у одлучивању шта ће се и колико произвести. То има друга страна, страна понуде.³

Као супротност оваквим тржишним нормама понашања могу се посматрати активности државе или других јавних институција. Политичке вредности заједништва, које се изражавају преко обезбеђивања заједничких добара и демократије, као што је слобода да се учествује у заједничким активностима, су потпуно супротне тржишним нормама. Расподела у држави треба да буде у сагласности са заједничким принципима, а не да се следе само појединачне жеље. Грађани упражњавају слободу пре свега путем гласа а не права изласка, као што је то случај код учешћа на тржишту и при томе учествују у стварању услова за функционисање политичке демократије. У оквиру оваквог схватања више се вреднује (са етичког становишта) политичка демократија у односу на слободу тржишта.

Слобода изласка са тржишта, као чин ослобађања од поштовања његових норми понашања, за неке ауторе је централно начело за моралну аргументацију у прилог тржишта. Свако може слободно да уђе на тржиште, али што је за ову тему много важније, може да га напусти кадгод то пожели. У политичким институцијама право гласа подразумева индивидуалне разлике а одлуке су колективне. Добровољна размена на тржишту је повезана са врло различитим мотивима. То не значи да тржиште подстиче егоизам, оно просто није компатибилно са признањима, вредностима као што су поштење и брига за друге. Али, етичка позиција тржишта зависи од чињенице да оно омогућује појединцима да делују на бази својих властитих циљева и вредности без да морају да их подређују одлукама других појединаца или колективитета. „Слобода аутономних појединаца на тржиштима није у праву гласа (да имају улогу у доношењу колективних одлука) него на праву, слободи изласка... Супротно политичким институцијама које захтевају изгарђивање политике која ће се примењивати на све, тржишта дозвољавају свакоме да иде својим путем и тако она подстичу индивидуалност и разноликост”.⁴

Заговорници оваквог мишљења истичу да су право на индивидуалност и различитост једини и најважнији морални аргумент у прилог тржишта. Ако желе да успеју на тржишту појединци морају да култивишу извесне особине које су, на пример, у командним економијама потиснуте. Тако тржиште развија и

³ E. Anderson, *The Ethical Limitations of the Market, Economics and Philosophy*, 6, 179-205

⁴ J. Gray, *The Moral Foundations of Market Institutions*, Institute of Economic Affairs, 1992.

подстиче не само поштење и вредноћу него и осетљивост на туђе потребе и преференције.

Интереси појединаца, на другој страни, могу да буду угрожени одлукама државе.

Иако се претходна два мишљења разликују у погледу етичких аспеката тржишта, оба се слажу око тога да је право изласка карактеристика тржишта, а право гласа карактеристика државног одлучивања.

Када се мало детаљније размотри слобода изласка може се приметити да постоје две врсте изласка. То су: а) излазак без ичијег утицаја (на пример на аукцијама, берзама) и б) споразумни излазак, што је случај код већине осталих тржишта. Дobar пример за прву врсту изласка је на пример берза бакра. Ценовни механизам ту берспрекотнио функционише. Када се зна тржишна цена само треба да се донесе одлука да ли ће се бакар купити или не. Стари пасионирани обожаваатељ и бранилац тржишног механизма насупрот планској привреди Фридрих фон Хајек, каже: „Лепота је што у оваквим случајевима када је нека сировина ретка, нема терања да се она користи, најчешће нико неће знати узрок, десетине хиљада људи чији би се идентитет могао установити тек месецима истраживања, користеће или неће користити тај производ...”⁵.

Излазак се на аукцијским тржиштима јавља у свом најчистијем облику. Купци просто одлучују са да или не без обзира на то шта произвођач чини или верује. Такође, одлука о изласку се доноси као одговор на чисто квантитативне вредности као што је цена производа. Зато се овакав излазак назива непосредованим изласком.

Код споразумног изласка излазак је последица не само цене него и квалитета индивидуалних понуђача. Овај облик изласка има две карактеристике: а) ради се о односу између понуђача и потрошача, б) он подразумева одговор на много комплекснију информацију него што је просто нумеричка величина – цена.

Код овог случаја изласка, чешће се дешава да прва куповина не буде и последња, него да се на основу првог искуства са квалитетом и ценом, може наставити куповина код истог понуђача. Ова друга врста изласка је најчешћи случај, а аукцијска тржишта су врло ретка.

Неки економисти сматрају да овај други случај изласка подразумева и развијање друштвених односа између купаца и продаваца који укључују и етичке компоненте. Док су на аукцијским тржиштима односи неперсонални, то није случај са осталим тржиштима. Могло би се чак утврдити да код споразумног изласка постоје и елементи гласања поред слободе изласка. Ту постоје и услови за садржајнију аутономију економског субјекта. Најбољи начин да људи изразе своју слободну вољу али и да сукобе интересе је споразумевање и компромис у међусобном односу. Економски агенти на овим тржиштима виде један другог као део заједничког дугорочног властитог интереса и зато су присиљени да развијају међусобне односе. Ово би био јачи аргумент у прилог етици тр-

⁵ F. Hayek, *The Use of Knowledge in Society*, American Economic Review, 35, 519-53

жишта – спознаја овог аспекта аутономије који је садржан у друштвеним односима карактеристичним за потрошачка друштва.⁶

Кад је у питању етика појединачног предузетника (власника мале или средње фирме) нужно је узети у обзир његов/њен однос према клијентима, запосленима, држави и другим фирмама (стејкхолдери). Пошто сваки предузетник жели да остане у бизнису и буде успешан, његов јасан интерес је да испуњава обавезе према клијентима и према запосленима. Неки предузетници могу да профитирају ако преваре једну или другу групу али само у кратком року. У дужем року се то окреће против њих. Ово исто важи и за однос предузетника према држави и фирмама код којих купују робе или услуге. И једни и други могу да уведу санкције фирми која крши законе и уговоре.

Истакли смо предности конкуренције за економију које потичу од фирми које се понашају у складу са принципом максимизације профита. Међутим, веома је присутно и мишљење да је овакво понашање фирми неморално односно да се може критиковати са етичког становишта. Покушајмо да ово питање поставимо на обрнут начин. Замислимо да фирма не тежи да оствари што већи профит због тога што њени власници сматрају да је то неморално. Та фирма ће пословати мање успешно од осталих. Могу да постоје појединци и организације који ће финансирати непрофитне организације. Али задатак је банкарских менаџера да новац својих депонената инвестирају на профитабилан начин, у фирме које ће доносити профит. Профитабилност је тако нужна за егзистенцију приватне фирме, као што је храна нужна за постојање живих бића. Ако фирма не жели да унапреди своју ефикасност, смањује се ефикасност економије и губе се предности конкуренције. Ако конкуренција одржава фирме на нивоу сталног усклађивања са новим трендовима у технологијама, онда ће успех једних и пропадање других одржавати целу економију на нивоу савремених технолошких трендова. На овај начин, конкуренција испуњава своју сврху у промовисању економског развоја. Битан саставни део овог процеса је да лоше фирме затварају врата.

Свака фирма која учествује у конкуренцији има могућност да унапређује квалитет својих производа и развија производну технологију која ће омогућити смањење цене производа. Ово утиче на промет производа фирме јер потрошачи купују производе на бази односа квалитет/цена. У тржишној економији фирме конкуришу једна другој а радници унутар фирме се такмиче око статуса фирми. Ако су оба ова процеса конкуренције фер и ако клијенти могу слободно да бирају између различитих добара, а каријере запослених зависе од њихових личних способности, најбоље фирме ће освојити тржиште а најспособнији радници стићи на највиша места у хијерархији послова. Фер конкуренција производи резултат који се може сматрати ефективним и етичким. Овај резултат не мора задовољити оне који нису успели у овој конкуренцији.

⁶ G. Dawson, *Exit, Voice and Values in Economic Institutions*, *Economics and Philosophy*, 13, 87-100

Пословна етика као део савремене теорије менаџмента

Теоретичар менаџмента Францис Фукујама истиче како је раширено схватање да капитализам глорификује похлепу, а према његовом мишљењу, похлепа је у природи човека а не економског система. Тежња за профитом може да генерише вредности. У потрошачком друштву примарно је испуњавање апетита појединаца. Бизнис користи ту чињеницу, али претеривање у томе може да га дисквалификује. Пословни човек/жена жели репутацију праведне особе, способне да испуни обавезе и захваљујући томе што је у стању да оствари профит. У социјализму људи су такође били похлепни, каже Фукујама, похлепни за влашћу, положајима, местом у хијерархији, производима који се нису могли купити у радњама. Капитализам цивилизује људску грамзљивост, као што брак смирује „животињске” нагоне. На слободном тржишту егоисти доминирају, али то не значи да су им страни сви облици духовности.⁷ (према Гаспарски, с. 155)

Оно што повезује бизнис и етику је „јесте и треба” који имају важну функцију у етици. То је веза између емпиријских чињеница економије и моралних вредности, јер економска продуктивност има везе са производњом моралних вредности, она треба да служи људима.⁸ Пословна етика се мора тако поставити да служи људима укљученим у производњу, као и свима онима који долазе у везу са производима/услугама.

Пословна етика се дефинише као схватање правилности индивидуалног понашања, одлука или процедура запослених у пословним организацијама у једној привреди.

Данас се корпоративна етика посматра са становишта како менаџмент корпорације следи етичке принципе одређеног друштва, пошто корпорација није само правни ентитет него такође и етички ентитет.

Етички стандарди у бизнису су се разликовали у зависности од друштва у којем су се формирали и често су се развијали заједно са укупним променама у једном друштву. Поред основних старих етичких стандарда као што је да се од сваког очекује да испуни уговорну обавезу или да се не сме погрешно рекламирати производ/услуга, стално настају и развијају се нови етички стандарди.

Подручје пословне етике све више је веома битна компонента практичног менаџмента и лидерства, па је тако постало једна од значајних дисциплина у области менаџмента. Могло би се рећи да пословна етика постаје незаобилазна дисциплина након друштвених промена у шездесетим годинама прошлог века. У тој деценији покрети који су позивали на свест о друштвеној одговорности свих па и бизниса, захтевали су да они користе своја огромна финансијска средства и друштвени утицај за решавање проблема као што су сиромаштво,

⁷ Према W. Gasparski, *Business Ethics on the Way to Integrated Europe: As Seen From the Polish Perspective*, Business Ethics: *From Theory to Practice*, Vilnius University, Vilnius, 2002 153-171

⁸ R. Weiler, *Wirtschaftsethik*, Graz, Verlag Ulrich Moser, 1993.

криминал, заштита околине, једнака права, јавно здравство и унапређење образовања. Ако већ предузећа зарађују профит користећи заједничке ресурсе они су дужни да унапређују своју земљу. Од тада су предузећа полако почела да уместо речи стокхолдер у својим планским и другим документима све више користе нови много шири термин и концепт – стејкхолдер.⁹ Пракса стејкхолдер менаџмента је кичма пословне етике. Постоје два основна приступа стејкхолдер теорији фирме. Једна полази од тога да стејкхолдер менаџмент треба да оптимизује вредност за стејкхолдере, а друга види јачу улогу стејкхолдера као равноправних партнера у фирми.¹⁰

Каже се да су у економској сфери субјекти вођени са три димензије које се називају и „троструко Е” према њиховим првим словима. То су ефективност, ефикасност и етичност. Ефективношћу се мери степен остварености сврхе, циља. Ефикасност је однос између резултата и трошкова. Етичност је димензија степена друштвеног задовољства активношћу која се предузима у датој култури, а степен задовољства се заснива на нормама понашања које су у складу с културом окружења.

Ефективност и ефикасност су чисто економске категорије уколико се могу квантитативно измерити. Етичност, упркос неким напорима да се формализује је по природи квалитативни феномен. Све три димензије су међусобно повезане и зависне. Најплеменитија намера у етичком смислу није остварива без минималне ефикасности. С друге стране, и најефикаснија али морално негативна активност, губи практичну вредност због културно дефинисаних граница етичког понашања.

Уобичајена дефиниција етичког кодекса је да је то скуп моралних норми и директива које препоручују прихватање одређених ставова и одређеног понашања у односима са другим људима унутар одређене професије или компаније.

Корпоративна етика или друштвена одговорност корпорације односи се на број моралних питања са којима се бизнис или компанија сусрећу, на пример, сељење пословања у земљу у којој је јефтинији рад, поштена реклама и сл.

Одрживост бизниса и компанија подразумева најмање четири предузетничке димензије: 1) интерну социјалну политику: задовољство на раду, услови рада, односи и окружење, 2) политику заштите околине: адекватно коришћење сировина и енергије, спречавање емисије штетних елемената и контрола смећа, 3) екстерну социјалну политику: компанија и њено окружење, однос према људским правима, према земљама у развоју, итд., 4) етичку економску политику: да ли компанија може да гарантује за свој економски потенцијал, да ли тежи дугорочним и конструктивним односима са клијентима, снабдевачима, деоничарима и властима?

Успешне компаније углавном доносе етичке кодексе. Шта све треба да садржи етички кодекс компаније? Најкраће то су следећи елементи: а) сврха и

⁹ Видети: Ф. Станковић, *Пословна етика и одговорност бизниса према друштву*, Зборник радова, Правни факултет у Новом Саду, 2003., с. 135-140)

¹⁰ L. Bouckaert, *Business Ethics and Economic Democracy*, Business Ethics: From Theory to Practice, Vilnius University, Vilnius, 2002 59-76

вредности бизниса б) однос према запосленима ц) односи са купцима/клијентима д) са деоничарима и осталим који улажу новац е) однос са снабдевачима ф) однос са ширим окружењем, локалном, регионалном заједницом.¹¹

Најчешће навођени етички принципи и вредности су интегритет, поштење, фер понашање и одговорност према друштву.

Добар пример етичког кодекса донетог 2002. има компанија *Johnson & Johnson*. У њему се између осталог каже: „...*Ми смо одговорни нашим запосленима, мушкарцима и женама који раде са нама у целом свету. Свако се мора поштоваати као појединац. Ми морамо да поштујемо њихову част и прејознамо њихове резултате. Они се морају осећати сигурним за свој посао. Компанија мора да буде фер и адекватна, радни услови чисти, уредни и сигурни. Ми морамо да будемо у стању да пронађемо начине да помоћемо нашим запосленима да испуњавају своје породичне обавезе.*”

Лична одговорност се сматра веома важном компонентом пословне етике. Сваки члан компаније мора да буде свестан својих властитих одговорности за свој живот и живот и безбедност својих суседа као и одговорности за материјална добра. Осећај одговорности се може ојачати јасним набрајањем последица или санкција ако се пропусти поштовање правила у етичком кодексу. Сва правила и упутства у етичком кодексу морају да буду јасна и разумљива. Нејасне, противречне одредбе се морају избегавати. Сваки члан компаније треба да буде у стању да спозна своју властиту одговорност у предузећу. Ниједан захтев не сме да тражи нешто што није могуће испунити.

Посебно се наглашава пословна етика на радном месту. Она се пре свега односи на то шта је исправно а шта је погрешно чинити на радном месту и пре свега је везана за последице по производе/услуге и односе са стејхолдерима.

Сматра се да етички програми унапређују тимски рад и продуктивност. Они помажу запосленима да боље схвате реалност, и оно што је добро и оно што је лоше у организацији и код њих самих. Етички програми такође јачају свест о легалности политике коју води предузеће. Они често спречавају касније спорове за накнаду штете. Етичко однос према запосленима за време запошљавања, вредновања, отпуштања и сл. спречава касније радне спорове. Етичко понашање смањује грешке и кажњавање.

Етички програми промовишу позитиван имиџ о компанији у јавности. Јавност жели да види предузећа која ће поред профита вредновати људе, поштовати са интегритетом и часно. Као позитиван пример наводи се како је *Johnson and Johnson* поступао у афери око лека (*tylenol*), на супрот *Exxon*-у који није добро водио аферу када је нафта загадила Аљаску.

Организацију која се може назвати етичком карактерише индивидуална уместо колективне одговорности. Свака значајнија одлука менаџмента мора да садржи етичку димензију.

У најновије време посебна пажња се поклања духовном аспекту менаџ-

¹¹ *Outline of the Content of a Code of Business Practice and Ethics*, Institute of Business Ethics, London, <http://www.ibe.org.uk>

мента. Уместо традиционалних модела и парадигми нови начин размишљања се описује као „нови духовни императив”. Савремена пракса менаџмента се анализира интегрисано са духовном, спиритуалном димензијом, односно мотивацијом. Људска бића имају потребу да се социјализују учествујући у раду, тржишним процесима и заштити околине. Људи имају потребу за личним емотивним лојалностима или се осећају као духовни делови тима. Систем вредности, спознаја циљева корпорације и положај менаџмента у односу на ширу заједницу и природно окружење чине оквир за анализу спиритуалне димензије менаџера.¹²

Бизнис етика у времену глобализације и међународном бизнису

Економски системи међусобно конкуришу један другом на светском тржишту у односу на то који систем може да произведе добра највећег квалитета са најповољнијим односом квалитет/цена за купце. Ако нека земља не успева да се одржи у овој конкуренцији стандард њених становника се смањује у односу на друге земље и многи појединци желе да оду у те земље у којима се живи боље.

Најчешће су то најталентованији појединци који имају највише храбрости да оду из своје средине у потрази за новим могућностима. То још више отежава ситуацију земље из које они одлазе.

Стандард живота мерен на пример друштвеним бруто производом по глави становника се обично узима као најбољи показатељ успешности појединачних земаља у креирању благостања за своје становнике. Становници економски успешне земље уживају плодове успешности у различитим видовима као што су добре шансе за образовање, високи нивои плата и запослености, квалитетно здравствено осигурање и сл.

Бизнис етика се данас разликује од традиционалне етике економије развијане пре много година. Разлика постоји због чињенице да економија постаје стимуланс и инспиратор науке и технологије. Зато се друштва са развијеним привредама називају друштвима знања а економија заснована на новим технологијама новом економијом. Етички проблеми економске активности се обогаћују новим подручјем: питањима изазваним глобализацијом.

Три нивоа глобалне економије прате три нивоа како се развијала пословна етика. Нивои су: а) микро ниво тј. ниво људске/индивидуалне акције, б) мезо ниво, тј ниво активности организације/компаније и ц) макро ниво – ниво националних економских система. Микро ниво је ниво индивидуалне или приватне етике: менаџера, банкара, добављача, брокера, итд. Инетрмедијарни или мезо ниво пословних активности је везан за организације с различитим правним ста-

¹² Видети: Alpar Losoncz, *Spiritual Motivation in Management, у Spiritualitu and Ethics in Management*, ur. L. Zsolnai, Kluwer Academic Publishers, 2004, 75- 86)

тусом. То су компаније, корпорације, мале фирме итд. Ту се највише срећемо са пословном етиком, чији су актери интерни или екстерни стејкхолдери. Етичка димензија на макронивоу везана је за понашање субјеката на националном и интернационалном нивоу. Овде се често појављује проблем мита и корупције.

Етички изазови глобализације су били тема Другог светског конгреса економије, бизниса и етике одржаног у Сао Паолу у Бразилу 2000. године.

Тамо су идентификовани следећи актуелни етички проблеми у свету: запошљавање деце, заштита околине, заштита интелектуалне својине – посебно у односу на економију засновану на креирању и понуди знања, транспарентност у доношењу одлука и операцијама на финансијским тржиштима, корупција, мито и превара, питање колизије/конфликта интереса, компјутерски криминал (заштита личних података, база података, и сл.) и етичка димензија међународног маркетинга и истражовања тржишта...

У 21 веку успешне компаније ће морати да учине више него само да испуне прописане стандарде или обезбеде добра која купци траже. Успешне компаније ће морати да развијају приступе за отварање кључних етичких, социјалних питања и питања заштите околине. Оне морају да раде с другима, укључујући невладине организације у развијању иновативних и креативних решења. Они треба да буду део решења а не део проблема.

Етички аспект је веома важан у међународном бизнису. Познавање културних вредности земље са којом се послује је услов да би се уопште могло пословати и успети. Етика и очекивања као део културе утичу на све пословне трансакције.

Многе земље у развоју следе западни модел пословања али то не значи да морају или да је чак пожељно да следе и етичке вредности. Дobar пример за то је савремена Кина, која настоји да од Запада узима све што је добро у економији, а истовремено настоји да то не угрози њене основне културне вредности и традицију.

Да ли ће у томе и колико успети? Пример економског развоја Јапана можда показује да је то могуће?

У време глобализације етичка питања која се повезују са културним колонијализмом су предмет многобројних академских расправа.

Искуства земаља у транзицији

У периоду транзиције бивших социјалистичких земаља у капиталистичке економије најважнија промена је развој тржишне економије. Са њом иду неизбежне радикалне промене правног система и успостављање владавине права.

Проблеми етике, етичких димензија пословања се обично уочавају тек касније. Они су ипак нужан елемент у пакету транзиције у тржишну привреду. Мера достигнутог стварног тржишта би могло да буде присуство етичких критерија у укупним економским активностима. Јер тржиште и етика не могу јед-

но без другог. Стварна конкурентска тржишта ће све више стављати на дневни ред етичка питања.

У временима фундаменталних промена у друштву веома је важно посветити пажњу пословној етици. Вредности које су се раније сматрале незамењивим у временима промена се доводе у питање, а многи етички принципи се више не поштују. И обично нема јасног моралног компаса који би помогао лидерима у компанијама да решавају дилему шта је добро а шта лоше.

Доминантан стереотип често присутан у капиталистичким привредама скоро да је доминантан у земљама у транзицији а то је да је бизнис по својој природи неетичан, да тежња за профитом потпуно елимише етичко размишљање и понашање компанија. Доста је раширено и погрешно схватање да „све што није законом забрањено је дозвољено“.

Пољска је једна од земаља у транзицији у којој се од почетка процеса велика пажња поклања пословној етици. Етички проблеми у друштву, па и у бизнису, изазвали су бројне дискусије у овој земљи које се на крају углавном сводиле на закључак да неодговарајуће понашање неких бизниса у Пољској није узроковано тиме што су пословни људи евентуално мање етични од осталих људи, него чињеницом да се није поклањало довољно пажње организацијама где запослени треба да се понашају и раде у складу с етичким принципима.¹³ Пословна етика је у Пољској уведена као дисциплина која се изучава на универзитетима. Одржане је неколико конференција о бизнис етици у организацији Научног друштва за праксологију и Фондације за предузетничко образовање, а то је била и једна од тема на Конгресу пољских филозофа (посебна секција за пословну филозофију и етику).

И у Мађарској се уочава значај пословне етике. Универзитет економских наука у Будимпешти је основао Центар за пословну етику и електронски бизнис са намером да користи интернет као изванредну технолошку основу за комуникацију и сарадњу различитих стејкхолдера у напорима на очувању окружења, развијању јавних служби и одрживом развоју. Такође су покренули пројект „Етичка структура економија у трансформацији“.

На веома интересантан начин се у Кини сусрећу конфучијанска етика и свакодневно понашање у пословању. Искуство западних пословних људи је да Кинези веома тешко склапају послове с људима које не познају, да су веома неповерљиви и да је зато добро прво се с њима добро упознати па тек онда кренути у пословне преговоре. У Кини се такође воде интересантне расправе о етичким питањима у бизнису. Једно од таквих питања је илегална производња видео дискова. У Јужној Кини се дневно производи 200.000 таквих дискова. Под насловом „Етика наспрот профиту“ лист *China Daily* (аугуст 2002.) пише о настојањима владе да сузбије ову илегалну производњу. Један од проблема је што се опрема и програми за ову производњу кријумчаре из западних земаља. Однос између моралности и тржишта је чест предмет расправа. Неки сматрају да тржиште уместо планске привреде доноси са собом неетичко понашање.

¹³ W. W. Gasparski, *op. cit.*

Други сматрају супротно. Да управо тржиште потенцира индивидуализам, па према томе индивидуалну моралну одговорност.

У бившим социјалистичким земљама једно од веома важних етичких питања је везано за подручје сукоба јавног и приватног интереса. Тај сукоб постоји пре свега када лице које врши јавну функцију доноси одлуке под утицајем приватних (личних или групних) интереса које има. Чак кад тај сукоб још не постоји, него постоје само шансе да до њега дође и тада се ради о потенцијалном сукобу интереса који се мора избегавати. Зато се доносе норме које предупређују могућност да уште дође до сукоба интереса а такође се прописују норме поступања у случају да таква могућност наступи.

Нажалост, још увек је раширено схватање да је вршење јавне функције прилика да се остваре приватни интереси. Сматра се да су подстицај у том правцу, веома ниске зараде јавних службеника, и уопште стручњака у поређењу с приватним сектором. Несразмера између одговорности коју носи јавна функција и зараде коју државни функционери остварују, наводи на сумњу грађане да су многи јавни службеници дошли на функцију да би мимо официјелне зараде на друге начине остварили свој приватни интерес. Од великог је значаја у земљама у транзицији да се промени понашање јавних службеника и да се развија ново схватање јавне функције.

У Србији су до сада уведене извесне појединачне мере за превазилажење проблема сукоба интереса и корупције, али не постији јединстве систем који би се односио на све области јавног живота. Не постоји ниједан општи акт на основу кога би могли да буду развијани стандарди за посебне области у којима се јавни интерес остварује, него су и постојеће норме често садржински различите јер су доношене у различитим периодима. Нови Закон о конфликту интереса који се најављује биће основа да се у свим областима регулише ово веома важно питање.

У овом контексту интересантна је Препорука о правилима понашања изабраних именованих, постављених и запослених лица у органима покрајине коју је 2002. године донела Скупштина Аутономне покрајине Војводине. То јесте нека врста етичког кодекса, који не садржи санкције за повреду норми нити прописује механизме за поступање у случају да се утврди прекршај тих одредби.

Препоруком су позвана изабрана лица да пре ступања на дужност објаве своје пословне, финансијске и друге профитне активности, као и да пријаве надлежном скупштинском телу (не наводи се којем телу) имовину и дугове за себе, супружника и издржавана лица. Још увек недовољно, али показатељ сазревања свести о потреби регулисања таквих питања.

У многим земаљама у транзицији постоји традиција поклона и врло је тешко повући линију разграничења, између допустивог и недопустивог поклона, када поклон постаје мито. У многим земљама се одређује горња граница вредности поклона у јавним институцијама која се може толерисати.

У Србији се ово питање регулише једино у Закону о средствима у својини Републике Србије из 1995. године којим је утврђено да су поклони које представник Републике прими од страних држава, органа или организација тих

држава, међународних организација или страног држављанина и страних правних лица средстава у државној својини (чл. 38).

У Србији је у протеклих неколико година у оквиру неколико пројеката истраживан однос грађана према корупцији и сарадњи грађана и власти. Најновији пројект који је иницирала невладина организација „Транспарентност – Србија” бавио се анализом ставова грађана о свим битним питањима у вези са сукобом интереса државних функционера и слободним приступом информацијама. Истраживање је обухватило четири тематске области: појам јавног интереса, сукоб јавног и приваног интереса државних функционера, право на слободан приступ информацијама и акциони потенцијал грађана за борбу против сукоба интереса и за остварење права на слободан приступ информацијама. Ставови грађана о сукобу интереса, примању мита и поклона, јасно указују да и ови елементи утичу на ставове о политичарима. Међу испитаницима преовлађује мишљење да се спречавање сукоба интереса код државних функционера може најефикасније спровести методама које укључују и могућност смене, односно опозива. Мањи део анкетираних сматра да би државни функционери требало да имају изразито велике зараде и забрану обављања других послова. Нарочито је негативан однос према преклапању функција у држави и привреди, као и обављању више државних функција у исто време.

Такође су грађани незадовољни тренутно важећим прописима и општим стањем у друштву. Веома су строги предлози превентивних и рестриктивних мера према политичарима, што је резултат деценијама таложеног неповерења у политичаре.

Један од закључака овог истраживања је да грађане треба информисати не само о њиховим правима и новим обавезама државних органа, него и о практичним последицама до којих ће усвајање нових прописа довести. Као кључна питања издвајају се повећање ризика од корупције, повећање одговорности носилаца власти, претварање јавних служби у истинске сервисе грађана, као и повећано интересовање грађана за јавна питања.¹⁴

Закључак

Још од времена Адама Смита потврђују се предности слободног тржишта и конкуренције. Смит је сматрао да слободна конкуренција егоистичних економских агената, фирми, потрошача, повећава благостање друштва. Неопходно је да држава обезбеђује администрирање правде да би се решавали сукоби интереса појединаца. Уз то она мора да штити њихову имовину и њене плодове, без чега не би било мотивације појединаца за побољшање властитог живота.

¹⁴ Видети: *Сукоб јавних и приватних интереса и слободан приступ информацијама, Транспарентност – Србија*, Београд, 2003).

Жеља сваког појединца да унапреди стандард свог живота креира конкуренцију између појединаца и фирми што представља главни извор економског развоја.

У друштву са високим етичким критеријумима постоје институције социјалне сигурности које брину о људима који се не сналазе у конкуренцији. Ствар је политичке одлуке да се одлучи колико ће се опорезивати успешне фирме и појединци да би се обезбедила средства за оне којима је помоћ потребна. Ако се жели безбедна заједница, разлике у стандарду између појединаца не би смеле да буду превелике.

Ниво развијености друштва се може мерити и тиме како се оно брине о својим најсиромашнијим и најмање способним члановима. Дакле, изванредан степен социјалне сигурности је неопходан али он не сме да умањи мотивисаност појединаца да учествују у конкуренцији, јер једино конкуренција доноси ефикасност и ефективност.

Неетичко понашање по својој природи је често структуралне природе. Да би се оно отклонило потребно је развијати стратегију друштвене одговорности за пословну сферу. Стратегију би требало да подржава етичка инфраструктура.

Ово захтева координирану активност јавне администрације, бизниса и невладиних организација. Одговарајућа тела јавне администрације, као део етичке инфраструктуре друштва би требало да: а) раде на обезбеђењу одговарајућих прописа који ће регулисати лобирање, корупцију, мито, б) стварају услове за ефикасно функционисање права, ц) развијају свест о томе да је етички одговоран бизнис једнако важан у процесима приватизације, јавних набавки, државне помоћи, кредита, итд. као и економска снага бизниса, д) свест о важности етичког понашања бизниса би требало да резултира у укључивању пословне етике као дисциплине у програме економије и менаџмента, е) развијају понос код особља што ради у службама јавне администрације дајући одговарајуће место у друштву, цивилној служби, ф) штите природно окружење.

Фирме у земљама у транзицији би требало да примењују интерне етичке програме усклађене са европским стандардима друштвено одговорног бизниса и пословне етике. Оне би требало до донесу и примењују етичке кодексе. То се односи и на све друге организације.

Требало би оснивати организације и удружења који ће се бавити неговањем пословне етике, подстицати друштвену одговорност бизниса и спроводити етичку евалуацију компанија. Позитиван резултат је да се у свим земљама у транзицији оснива велики број владиних и невладиних организација које се баве заштитом околине.

Невладине и академске организације би требало да: а) промовишу пословну етику и друштвену одговорност бизниса, б) обезбеђују независни мониторинг понашања бизниса, ц) развијају институције цивилног друштва повезане са етичким понашањем бизниса и организују релевантне активности на томе, д) организују такмичења у пословној етици и лидерству

Недовољно изграђен правни систем, слаба грађанска одговорност, поремећаји на тржишту, недостатак моралне индивидуалне самоконтроле честе су слабости економија у транзицији. Оне су делимично и последица великих социјалних раслојавања и великих неједнакости на које грађани бивших социјалистичких земаља нису навикли. Због тога се у овим земљама често уводе ригорозне казне за неетичко понашање које иначе не би биле препоручљиве. Ипак, сматра се да се етичке дилеме најбоље решавају дијалогом и у малим организацијама и на нивоу друштва.

*Fuada Stanković Ph.D., Full professor
Novi Sad School of Law*

Business Ethics in the Transition Countries

Abstract

This piece primarily explains historical roots of the contemporary notion of business ethics, which might have been found in the utilitarian philosophy of Jeremy Bentham. This philosophy was mainly applied through the marginal economical doctrine, which saw the essence of economy as a „sum of pleasure and pain” and which was followed by the economy of welfare.

The piece reveals the core of different views related to the „ethicalness” of the market. It subsequently shows how business ethics became an inevitable component part of the contemporary management theory and a mandatory course at the studies of economy and management. Along with the efficiency and effectiveness, ethics became one of the key goals of companies and other organizations within a society. It is emphasized that a greater attention needs to be dedicated to ethical issues within the transition economies and it is concluded that ethics would gain in significance within these economies by strengthening of the real market. The paper discusses experiences of Poland, Hungary, China and our country with respect to ethical issues and it puts an emphasis on legal regulation related to the conflicts of interests, bribery and corruption.

Finally, it is concluded that underdeveloped legislation, lack of civil responsibility, market disorders, lack of individual ethical self-control are often encountered weaknesses of the transition countries. The drawbacks are partially caused by great social differences and inequalities, not used to by the citizens of former socialist countries. Although they are often followed by severe sanctions for unethical behavior, the ethical dilemmas are optimally resolved through a dialog both within small and large organizations and at the social level.