

Др Фуада Станковић, редовни професор
Правног факултета у Новом Саду

ПОСЛОВНА ЕТИКА И ОДГОВОРНОСТ БИЗНИСА ПРЕМА ДРУШТВУ

***Сажетак:** Сукоби интереса различито организованих интересних група и институција у свету бизниса се првенствено регулишу правом. Пошто је право често сувише опште и прешироко постављено као и због тога што је оно релативно тром механизам у односу на динамику бизниса ти недостаци се надомештају пословном етиком.*

Пословна етика се може дефинисати као представа о правилности појединачних понашања, одлука или поступака људи запослених у предузећима или другим субјектима у домену економије. Она уочава односно успоставља разликовање између исправног и погрешног, погрешног и непоштеног, праведног и неправедног. Јављају се нови етички стандарди који постају неизбежни за пословање(однос према запосленима, заштита животне средине, права запослених, заштита на раду, сигурност оних који користе конкретне производе и услуге). Постоји економска, правна, етичка и добровољна одговорност бизниса према друштву. Концепт стејкхолдера има централно место у разумевању односа између бизниса и друштва. У периоду транзиције и реформе привреде у Србији, поред успостављања владавине права биће све више очигледно да се успешан бизнис на дуги рок може развијати само уз поштовање у свету данас добро познатих и успостављених принципа пословне етике.

Кључне речи: право и пословна етика; етички стандарди; стејкхолдери; друштвена одговорност бизниса.

У в о д

У бизнису један од примарних циљева појединаца и организација је да остваре што је могуће већи профит.

За испуњење овог циља потребно је мноштво елемената и односа зависно о којем се субјекту ради као и специфичном окружењу без којег појединачни бизниси немају ни сврху ни могућност да реализују своје циљеве.

Окружење се састоји од многобројних различито организованих интересних група и институција. У односима између окружења и бизниса, када су намере и циљеви различитих страна у сукобу, јавља се проблем регулисања, усклађивања и посебно постизања компромиса између супротстављених интереса.

Сукоби се првенствено регулишу путем права. Правом се постављају општа правила којих се сви морају да придржавају под претњом санкције. Тешкоћа код примене закона је у томе што је право често сувише опште и прешироко постављено, па се дешава да многим одређена права буду ускраћена строгом применом слова закона, иако то можда није била намера законодавца.

Право такође представља тром механизам у односу на брзину и динамику бизниса и потребно је да прође доста времена од установљавања потребе да се нешто регулише законом па да се то и учини. У међувремену се јавља нежељени вакуум који никоме не одговара. У оваквим ситуацијама на сцену ступа пословна етика.

Пословна етика се може дефинисати као представа о правилности појединачних понашања, одлука или поступака људи запослених у предузећима или другим пословним субјектима у домену економије. Она уочава односно успоставља разликовање између исправног и погрешног, погрешног и непоштеног, праведног и неправедног.

У вези с оваквом дефиницијом пословне етике постављају се најмање три питања: 1) ко одређује које је понашање исправно? 2) да ли постоје нијансе доброг или лошег или је слика црно-бела? 3) како се дефинишу поштење и праведност?

На ова питања се не може дати јасан општеприхваћен одговор, али се може рећи да је етичко понашање такво понашање појединца и организације које је очекивано од друштва или ужих друштвених група, а које је праведније и исправније од стандарда постављених правом.

Етички стандарди пословања су често били различити у зависности о којем се друштву ради и често су еволуирали са развојем друштва. Поред оних који су у почетку били основни и остали непромењени (на пример, да је свако дужан да испуни своју уговорну обавезу, забрана довођења у заблуду купца, и сл.), јављају се нови етички стандарди који постају све интересантнији и неизбежни за пословање, као што су однос према запосленима, заштита животне средине, права запослених, заштита на раду, сигурност оних који користе конкретне производе.

Иста је ситуација и са етичким аспектима живота ван економске сфере независно од тога да ли су то норме установљене од друштва, претпостављених, породице, пријатеља, професије, цркве, итд.

Примена бизнис етике у дугој историји тржишне привреде проистиче и из прећутног споразума између бизниса и државне структуре. Држава, руководећи се

идејама либералног капитализма о слободном тржишту и регулације као нужног зла, у најмањој могућој мери регулише привредне токове, гдегод може не меша се него препушта самом бизнису да уреди спорне ситуације према свом нахођењу и интересу.

Одговорност бизниса према друштву

Данас је подручје бизниса веома много под лупом јавности. Бизниси се често оптужују да не воде довољно рачуна о потрошачима, да их не забрињава погоршање социјалне ситуације и реда у држави, да су равнодушни према проблемима мањина и животне средине, те да нема ни трага од прихватљивог етичког понашања код већине фирми.

Друштвена одговорност појединца или фирме је да промисле своје поступке у односу на целокупно окружење и да одговарају за последице које њихово понашање има по околину.

Друштвена одговорност бизниса се састоји из: 1) економске одговорности; 2) правне одговорности; 3) етичке одговорности; 4) добровољне, дискреционе одговорности.

1) *Економска одговорност.* Друштво захтева од бизниса да буде економска институција која ће производити добра и услуге које друштво жели и продавати их по адекватној цени односно оној цени за коју друштво сматра да представља вредност добара, а на другој страни обезбеђује бизнису одговарајући профит, развој и награду инвеститорима. Све се то постиже преко тржишног механизма који одређује цену преко које се остварују циљеви и потрошача и бизниса.

2) *Правна одговорност.* Са становишта друштва економски систем треба да дозвољава бизнису да има продуктивну улогу у систему. Држава путем права поставља основна правила по којима бизнис функционише, а уколико им се бизнис не покори следи санкција.

3) *Етичка одговорност.* Иако претходне две одговорности садрже етичке норме, овде је то схваћено шире. Ту спадају одређене активности које нису укључене у право, а окружење очекује да их бизнис поштује. Етичка одговорност је, дакле, одговорност у односу на поједина понашања које окружење очекује од бизниса, али друштво још није спремно или неће да је каналише путем правних норми.

Етичко понашање се простире изван понашања захтеваног од стране права, али се етика и право у доброј мери поклапају из разлога што се на право може гледати као на представу онога што друштво мисли да су минимални стандарди владања и понашања. И право и етика постављају питање шта је добро а шта није. Разлика је у томе што право представља кодификовану етику, а за понашање које није у складу с правом постоји санкција. Ако неко прекрши закон обично се истовремено понаша и неетички.

Ипак етичко понашање се протеже и изван онога што је захтевано правом. И подручје етике је много шире од онога што је покривено правом.

4) *Добровољне одговорности*. Можда за ову категорију понашања није адекватан термин одговорности јер су она у потпуности вођена слободном одлуком бизниса а нису очекивана од већине у окружењу. Пример за ово су дугорочни повољни зајмови, добротворни прилози, спонзорства, и сл. Оваква понашања можда више од осталих напред споменутих доприносе повољној слици у јавности о одређеној фирми или институцији.

Стејкхолдери (stakeholders)

Концепт стејкхолдера има централно место у разумевању односа између бизниса и друштва. Термин је настао по угледу на термин “stock holder” (инвеститор, власник бизниса, власник акције).

“Stake” (у преводу удео, део) се односи на економске и некономске субјекте који су дотакнути активностима менаџмента фирме. Стејкхолдери су појединци или групе који тврде да имају један или више стејкова. Стејкхолдери су сви они субјекти који имају неки интерес за оно што се дешава као резултат пословања фирме. Стејк се јавља у три вида: 1) као интерес; 2) као право и 3) као власништво.

Појединац или група могу да буду тангирани одређеном одлуком и имају интерес у вези ње, посебно у вези са њеним последицама.

Појединац или група могу да имају законско право или морално право. У првом случају закон предвиђа основ када појединци или групе треба да буду третирани на одређени начин. У другом случају појединац или група сматрају да имају на основу моралног права основ да буду третирани на одређени начин. Власништво произлази из управљања на основу власништва.

Стејкхолдери могу да буду под утицајем деловања, одлука, политике или праксе фирме, али исто тако стејкхолдери могу да утичу на пословање фирме. Ради се о двосмерној интеракцији, односно размени утицаја.

Дакле, стејкхолдер је појединац или група који утичу или на које се може утицати пословањем, одлукама, пословном политиком, праксом или циљевима организације.

У бизнис окружењу постоји много субјеката који су стејкхолдери бизниса. Са гледишта бизниса постоје одређени субјекти који имају легитимитет у очима менаџмента који им признаје постојање интереса или потраживања у вези активности фирме. Најочигледније овакве групе су: *стокхолдери, запослени, потрошачи-клијенти и конкуренција*. Ту су такође и ужа заједница, интересне групе и друштво у целини.

Развој концепта стејкхолдера ишао је паралелно са развојем бизниса. У *традиционалном погледу на фирму* на стејкхолдере се гледало као на оне од којих се набављала сировина и на оне који су куповали производе. Са даљим развојем и настанком великих корпорација чија је последица било раздвајање власника од контроле, фирме су почеле да уочавају главне групе на које је требало да обрате пажњу да би успешно пословале. На крају се дошло до *стејкхолдер погледа на фирму*. Суштина овог концепта је да менаџер мора да препозна не само оне групе

које он мисли да имају одређени стејк у фирми него и оне групе које друштво или саме групе тврде да имају стејк.

Менаџмент такође мора да води рачуна о томе да ли су конкретне групе *примарни или секундарни стејкхолдери*. Ови термини се морају користити опрезно, јер вероватно многи стејкхолдери мисле да су примарни да би добили третман какав они мисле да заслужују. Примарни стејкхолдери су они који имају формални, службени или уговорни однос са фирмом, а други су секундарни. Ова подела сигурно не значи да би секундарне требало занемаривати и давати им мањи значај (на пример, медији могу да скрену пажњу јавности на рад фирме и значајно преумере њен рад).

Интерни стејкхолдери су пре свега запослени. Њихова права су данас веома важна. То су право да не буду отпуштени без разлога, право на једнак третман и слобода говора. Ту су такође и право на приватност на раду и здравље, као и право да се не буде дискриминисан по било којем основу (раси, националности, полу, годинама)

Екстерни стејкхолдери су држава, потрошачи, локална заједница. Државни званичници гледају на себе као на контролоре, инспекторе, порезнике, регулаторе, оне који кажњавају преступнике. Бизнис на владу гледа као на препреку, замку, као на некога ко одуговлачи и понаша се неефикасно, те као на некога ко се опире економском напретку, на некога ко има моћ да све заустави а мало моћи да покрене.

Иако држава и бизнис имају супротстављене системе и намере они су међусобно повезани у функционисању друштвено-економског система. Влада је главни послодавац, купац, субвенционар, конкурент, финансијер. Све ове улоге дозвољавају влади да значајно утиче на бизнис. Влада прописује правила, игре, главни је купац и корисник услуга бизниса, она је арбитерна у одлучивању коме ће и под којим условима дати концесије или поверити извршење крупних инвестиција и послова. Влада је заштитник разних интересних група које лобирају против експлоатације радне снаге.

Међу екстерним стејкхолдерима потрошачи су најважнији и незамењиви. У потрошачком друштву бизниси морају да буду посебно пажљиви и осетљиви према проблемима који настају у вези са потрошачима. Информисање потрошача путем рекламе је посебно важно. Често се јављају проблеми у овом подручју као што су разне злоупотребе рекламирања, двосмисленост пропаганде, прикривање чињеница које су неповољне за фирму. Права потрошача укључују право на сигурност и квалитет производа или услуге.

Локална заједница се јавља као необично важан чинилац у ситуацијама када се ради о малим и средњим предузећима у којима запослење налази већина грађана. Често локална заједница посредно или непосредно у потпуности зависи од пословања фирме. Компаније могу (и морају) да позитивно утичу на локалну заједницу и то путем донација времена и талента запослених, новчаним доприносима, доприносима финансирању образовања, културе, спорта. Како фирме могу да користе окружењу тако могу и да му штете. Најбољи пример је загађивање воде, ваздуха, земљишта. Затварање бизниса може да има штетне последице. Пре него што се

донесе одлука о затварању мора се размислити о одговорностима према себи, запосленима и ширем окружењу.

У периоду транзиције и реформе привреде у Србији, поред успостављања владавине права што ће омогућити сузбијање криминала, корупције и других последица назадовања у последњој деценији, биће све више очигледно да се успешан бизнис на дуги рок може развијати само уз поштовање у свету данас добро познатих и успостављених принципа пословне етике.

*Fuada Stanković, Ph. D., Full Professor
Law Faculty of Novi Sad*

BUSSINESS ETHICS ON THE RESPONSIBILITY OF BUSINESS TOWARDS SOCIETY

Abstract

Conflicts of interest of differently organized interest groups and institutions in the world of business are regulated, primarily, by law. Since law is often formulated too generally and too broadly, and since it is a relatively sluggish mechanism in relation to the dynamics of business, these shortages are compensated by business ethics.

Business ethics can be defined as a representation of the regularities of individual behaviors, decisions or conducts of firm employees or other subjects within the economic domain. It discerns and establishes the difference between the proper and improper, proper and dishonest, just and unjust. New ethical standards are appearing, which are becoming unavoidable in business dealings (relations towards employees, protection of the living environment, rights of employees, occupational health, and the security of those who utilize concrete products and services). There exists an economic, legal, and voluntary responsibility of business towards society. The concept of stakeholders has a central place in the understanding of relations between business and society. In the period of transition and reform in Serbia, in addition to establishing the rule of law, it will become all the more obvious that successful and long-term business can only be developed by abiding to globally well-known and established principles of business ethics.