

Др Гордана Љубојевић,  
Виша пословна школа у Новом Саду

## ПОСЛОВНА ЕТИКА И СОЦИЈАЛНА ОДГОВОРНОСТ КОМПАНИЈА

### Сажетак:

У раду аутор настоји да предочи нека од сазнања до којих је дошао разматрањем проблематике везане за радну, пословну етику и социјалну одговорност компанија. Реч је о темама које су посебно актуализиране већ више од деценије у развјеним земљама, док се у земљама у транзицији о њима скромно говори тек последњих неколико година. Радна етика се, свакако, карактерише пост-индустријском фазом. Пословна етика подразумева уостављање принципа који управљају понашањем у пословном свету. Из многобројних дефиниција социјалне одговорности компанија, можемо извести закључак да је реч о вишеслојној одговорности. компанија према друштву, у смислу доношења одлука које су на линији друштвених вредности, које су у функцији заштите интереса власника компаније, али којима се штите интереси и осталих субјеката, чији је допринос неопходан за успех компаније (стакхолдери).

**Кључне речи:** радна етика, пословна етика, социјална одговорност компанија.

### Business ethics and social responsibility of companies

**Abstract:** In the paper the author introduces some new ideas generated from a thorough study of various aspects of the work ethic, business ethics and social responsibility of a company. The ideas have been in the focus of interest in the developed world for over a decade, but have only recently become a subject of study in the countries in transition, exerting only minor interest. Work ethics is evidently influenced by the post-industrial stage. Business ethics implies the establishing of the principles which direct people's behaviour in the business world. On the basis of a great number of definitions of the social responsibility of company, we can conclude that it implies a multiple responsibility of the company to the society as a whole as far as the decision making is concerned, especially regarding the decisions having an impact on the established social values as well as those aiming at protecting the interest of the owner and all the other stakeholders contributing to the success of the company.

**Key words:** work ethics, business ethics, social responsibility of a company.

Етика се обично, дефинише као грана филозофије која се бави питањима шта је исправно, а шта погрешно, као и моралним дужностима, или као скуп принципа моралног понашања који управљају понашањима појединца или групе.

Она се, уопштено, дели на три важније поддисциплине: математичку (која се бави питањима везаним за природу моралних концепата, судова); нормативну етику (бави се успостављањем стандардних норми понашања, где уочавамо телеологију, деонтологију и релативизам) и примењену етику, која подразумева примену нормативних теорија на практичне моралне проблеме. Пословна етика, тако, подразумева моралне принципе и стандарде који управљају понашањем у пословном свету.<sup>1</sup>

У земљама Источне Европе о пословној етици се говори последњих неколико година и то, најчешће, уз коментар да је етика у економском животу транзиционих економија више заблуда, него стварност. У развијеним земљама пословна етика је актуелна тема расправе и више од деценије. Морал тржишног пословања је изузетно двосмислен. Предузетнички менталитет намерно насрће на етичке границе. Примена етичких стандарда у пословању, отуда, може бити од великог практичног значаја. Увек је постојала напетост између понашања које је нашироко прихваћено као морално и захтева успешност пословања.

Основа англосаксонског приступа пословној етици је корист. Телеолози сматрају да је одлука морално исправна, или прихватљива уколико обезбеђује жељени резултат. Егоизам је поткласа телеологије, која прихватљивим поступцима сматра оне који повећавају корист појединца, коју је дефинисао сам појединац. За разлику од тога, следбеници утилитаризма дефинишу прихватљиво понашање као оно које максимизира укупну корист за највећи број људи.<sup>1</sup>

Деонтолози сматрају да исправност (моралност) или неморалност поступака по себи треба да усмерава понашање појединаца, без обзира на успех. Деонтолошки или морални доказ полази од тога да је потреба нашег ума да претпостави постојање Бога, као основ моралног света.

Заговорници релативизма сматрају да се исправност етичких одлука може мењати током времена, те се етичке одлуке вреднују субјективно од случаја до случаја, засновано на појединачном или групном искуству. Немачка пословна етика је заснована на етици Канта. У њој се истиче важност друштвеног партнерства и политичког слагања компанија, као друштвених институција.

У одговору на питање: Може ли се друштвена моралност применити на бизнис да би се процениле пословне активности? унитаристи дају потврдан одговор. Сепаратисти одбацују примену моралних принципа друштва на бизнис, док присталице интегративног схватања усвајају одређене елементе претходна два схватања. Наиме, основни задатак пословне етике је проналажење начина да се стратегијски корпоративни интереси ускладе са моралним захтевима друштва. Приватно предузетништво се уграђује у сферу моралног друштва путем тржишних ограничења, националног законодавства и личног ангажовања менаџера по питању моралне и друштвене одговорности.

Елстеин указује на то да се пословна етика односи на питања и дилеме везане за моралност корпорацијских акција или одлука.<sup>2</sup> Пословна етика се, свакако, бави проучавањем односа пословања и етике укључујући могуће моралне конфликте, њихова предупређења и разрешења. Она отуда подразумева правила понашања која важе унутар компанија. Са друге стране, друштвена одговорност укључује позитивне активности које компанија има у друштву.<sup>3</sup>

Пословна етика се може дефинисати и као скуп принципа којима се руководи пословна пракса, при чему се води рачуна о друштву у целини док се стварају профити. Етичка питања са којима се запослени и менаџери срећу у пословању, а која су и кључна подручја настанка етичких конфликта, су сукоби интереса, организациони односи, поштење, правичност, комуникација.<sup>1</sup> Сукоби интереса настају када се, на пример, запослени осећа растрзан између предузећа, потрошача и својих сопствених интереса.

Организациони односи подразумевају свеукупне односе запосленог са свим лицима са којима ступају у контакт у пословању. Информације које проистичу из пословних контаката, често су веома осетљиве. Од запосленог се очекује поверљивост у пословним односима како би испуњавао своје професионалне обавезе у складу са етичким принципима.

Поштење се доводи у везу са истинољубивошћу, интегритетом и поверењем. Правичност произилази из прикладног поступања према клијентима, у смислу праведности и непристрасности. Комуникација је подручје у којем су, такође, присутне могућности неетичког понашања. У том смислу, поменућемо неистините тврдње о супериорности услуга или производа предузећа,

неистините тврдње о конкурентности понуде, давање обећања, за која предузеће зна да их не може испунити.

У литератури се истичу фактори који утичу на доношење одлука у складу са етичким стандардима. Ту спадају когнитивни морални развој, персоналне вредности, култура компаније, културне разлике, организациона структура, прилика, мотивација, остали учесници у процесу производње, односно пружања услуга, окружење, изградња привржености код персонала, технолошке промене.<sup>5</sup>

Истраживање, спроведено од истраживача из Одељења за економију са Универзитета у Мисколцу (Фулоп и др., 2000), у Мађарској, на узорку од 129 мадих и средњих компанија, 80 великих и 84 непрофитабилних компанија, пружа нам бројне елементе за закључивање о пословној етици и друштвеној одговорности компанија у транзиционим економијама.

Увид у генерални поглед на односе између етике и економије можемо стећи путем следећих постављених питања и добијених одговора. Са ставом да је предузетништво морално колико и људи у њему, у просеку чврсто се слаже 52,98% испитаника, делимично се слаже 35,44%, а не слаже се 11,58% испитаника. Са ставом да тржишна економија не води аутоматски оптималним резултатима, те да је, према томе, етичко понашање изазов од великог значаја, чврсто се слаже, у просеку, 64,00 % испитаника, делимично се слаже 30,25 %, а не слаже се 5,34%.

Менаџер се треба концентрисати на добробит друштва и треба да покуша да интегрише често контрадикторне, економске аспекте. Са овом тврдњом чврсто се слаже 19,43 %, делимично се слаже 55,83 %, а не слаже се 24,73 % испитаника. Са ставом да у тржишној економији морална одговорност менаџера је да повећа профитабилност, а да би, обезбедио успех на дуге стазе, етичко понашање је неопходно, чврсто се слаже 59,72 %, делимично се слаже 35,34%, а не слаже се 4,95 % испитаника.

Са тврдњом да је менаџер део друштва и да је његова дужност да се држи фундаменталних правила, чврсто се слаже 74,74 %, делимично се слаже 22,11 %, а не слажу се 3,16 % испитаника. Као менаџер, мораш одолети неморалним искушењима сваког дана да би остварио успех. Овај став чврсто подржава

34,40%, делимично 43,26%, а не слаже се 22,34% испитаника. Са тврдњом ко је моралнији у пословању, мање је конкурентан на дуже стазе, чврсто се слажу у просеку 5,99%, делимично 25%, а не слажу се 69,61% испитаника.

Компанија је одређена тржиштем, и то је добро: нема моралних и неморалних менаџера, само добрих или лоших. Са овим ставом се слаже чврсто 15,40%, делимично 64,08%, а не слаже се 20,42% испитаника.

Корпорацијска социјална одговорност је степен моралних обавеза које се могу приписати корпорацијама изнад једноставне послушности законима државе.<sup>4</sup> Идеја да се корпорацијом може руководити без икаквих моралних ограничења је апсурдна. Аргументи корпорацијске социјалне одговорности су базирани на дугорочним предностима социјално одговорног понашања, а те предности су већа лојалност клијената и већа заштита животне средине. Други морални аргументи су фокусирани на филозофској оправданости исправног понашања са, или без обзира на последице.

У теорији су покушаји дефиниције социјалне одговорности формирали различите школе мишљења. Bowen, тако, утврђује да индустрија има обавезу да следи такве курсеве, да доноси такве одлуке, или да прати такве линије акција које су пожељне, у смислу циљева и вредности друштва. Он наглашава да концепт социјалне одговорности корпорација полази од чињеница да:

1. бизниси егзистирају на задовољство друштва,
2. операције морају бити у оквиру линија водилца датих од стране друштва,
3. пословни потез је морални чинилац у оквиру друштва.<sup>5</sup>

Wood проширује ове идеје и групише их у три водећа принципа друштвене одговорности:

1. бизнис је друштвена институција, и то га обавезује да користи своју снагу одговорно,

2. бизниси су одговорни за исходе везане за њихова подручја учешћа у друштву,
3. индивидуални менаџери су морални чиниоци који су обавезни да примењују дискрецију у доношењу одлука.<sup>5</sup>

Према Friedman-у, корпорација је економска институција и требало би да буде специјализована институција у сфери економије, а њено понашање у складу са друштвеном одговорношћу биће усклађено путем тржишта, кроз профит. Аутор види да бизнис има само једну друштвену одговорност, а то је да максимизира профит својих власника, тј. да заштити њихова власничка права.

Друга школа мишљења види друштвену одговорност корпорација, као њену уговорну обавезу према друштву. Друштво је дозволило корпорацијама да користе природу и људске ресурсе и дало им је право да обављају производне активности. Као резултат, и заузврат, друштво има право на њих и право да их контролише.<sup>5</sup>

Freeman тврди да је корпорација одговорна не само према својим деоничарима (власницима) већ и према свима осталима чији је допринос неопходан за успех фирме (потрошачи, запосленн повериоци...). Ангелидис и Ибрахим, Н. дефинишу социјалну одговорност корпорације као корпоративне друштвене акције чија је сврха да задовоље друштвене потребе.

Вуаркарнам је уочио да социјална корпоративна одговорност обухвата, у посматраном тренутку како у северно - америчким, тако и у британским корпорацијама:

1. заштиту природне средине, кроз, нпр., редуkcију емисије и отпада штетних материја, те рециклирање материјала,
2. филантропију, где се посебно апострофирају донације. Једно од занимљивих питања је до ког степена корпорација и филантропија имају природне заједничке особине, а до које мере су контрадикторне у терминима. Химелстеин уочава да су разлози давања новца, између осталог, бољи јавни имиџ, већа потрошачка лојалност, виши морални стандард запослених, већа могућност привлачења најбољих радника, побољшање друштвених односа...
3. учешће у друштвеним збивањима, почев од нпр., едукације о људским

правима и др.,

4. урбане инвестиције, које подразумевају сарадњу са локалиом влашћу ради регенерације ситног предузетништва и средишта градова и др.,

5. интерес запослених, који се огледа у вишем стандарду рада, где се мисли на здравље, безбедност на послу затим у добром стандарду у поступању са особљем, у флексибилном радном времену итд.<sup>5</sup>

Радна етика би се могла описати као основно уверење да особа треба да ради посао који има моралну вредност, те да свака особа треба да ради најбоље што зна, без обзира на награду.<sup>6</sup> Док је радна етика низ уверења и опажања о послу, под радним понашањем се мисли на све оно што људи обављају на радном месту.

Опажања радника о послу историјски су се мењала. Истраживања идентификују три школе мишљења:

1) припадници школе припада прошлости, сматрају да су промене проузроковане вишим образовним нивоима, такмичењем међу радном снагом, изобиљем и психологијом давања права, извршиле отрован утицај на рад и квалитет радне вештине,

2) припадници школе можемо их подучити, сматрају да постоји елитна група, која је увек предана послу. Сматра се да добра, стара протестантска етика треба да буде обновљена, те да образовни систем треба да производи писмене људе који су размислили како да буду одговорни и предани запосленици;

3) следбеници школе мишљења различити удари за различите људе, верују да никад није постојало време када су послодавци и запослени осећали исто о послу. Вредности произашле из економских, религијских, политичких и друштвених фактора одређују радну етику.

Историјски посматрно, може се идентификовати неколико различитих погледа на радну етику:<sup>6</sup>

1) класични поглед, присутан у грчкој и римској цивилизацији, полазио је од тога да је племенит посао био планирање ратова, трговина великих размера, уметност (посебно архитектура, литература и филозофија);

2) хебрејска доктрина заснива свој поглед на рад на миту постанка, у складу са којим је посао клетва смишљена од Бога, да казни непослушност и незахвалност Адама и Еве;

3) традиционалистички поглед се формира са термином протестантска радна етика, скованим од стране немачког економског социолога Макса Вебера и протестантског теолога Калвин-а. Нови тип мотивације међу запосленим се испољава акумулирањем богатства не ради разметања, већ ради чувања за будућност и поновног улагања у нове подухвате. Међутим, истраживања социолога у Америци су показала да запослени са високом протестантском етиком нису били у доброј корелацији са слободоумношћу, маштом, задовољством, једнакошћу и узбудљивим животом, док су у доброј корелацији са осећањем кривице, амбицијом, присуством цркве, диктатуром, вољношћу да се уради посао који се понавља;

4) рационалистички поглед је пропагирао слободу како би се остварио економски просперитет. Страхујући од потпуне дезинтеграције радног места, владе су укључене, на различите начине, са циљем да заштите запослене од њихових послодаваца, као и да осигурају политичку лојалност маса;

5) јапански поглед рада је заснован на конфучијанском моделу људске природе, потврђујући урођену доброту човечанства и може се кратко исказати ставом да предузеће и послодавац деле исту судбину. Рад треба да испуни радника ради остварења заједничке сврхе. б) постиндустријски поглед се суочава са ставом запосленог према послу кроз: а) самоактуализацију - запослени сматрају да је њихово право да им буду обезбеђене прилике да развију свој пуни потенцијал. Нове вредности су хуманистичке, засноване на личном интелектуалном развоју и расту; б) хедонизам, чиме запослени исказују став против одлагања задовољства. Посао је само средство, те ће запослени, чим зараде колико им је довољно, дати оставку. Мање су тачни и одбијају да раде прековремено уколико то значи да ће имати мање времена за породицу и рекреацију; ц) запослени полажу права на одређене ствари, као што су бирање начина облачења, врсте хране, учествовање у стратешким одлукама: д) антипродуктивизам - све се више поставља питање цене економског развоја, при чему се указује на претерано црпљење ресурса, загађење животне средине и др.; е) анти - ауторитаризам, у складу са којим, модерни запослени сматрају да је њихово право да испитују



сваког ко издаје наређења. У условима аутократског менаџмента, отуда су присутни радничка побуна, одсутност са посла, нетолеранција и сл. Запослени са белом крагном су претрпели знатан губитак илузија у односу на резултате радне етике, које су се раније придржавали. То је видно и кроз значајан пораст криминала међу њима, као и кроз количину новца која је у то укључена.

Став појединца према продуктивности може бити спој два или више система вредности, од којих ће један бити доминантан. Системи вредности могу бити описани као: а) племенски, тј. окренути ка групи. Систем вредности је суштински окренут ка групи и награда треба да буде групна. б) егоцентрични, тј. окренути ка моћи. Запослени су индивидуалисти, а новац је за њих најбоља мотивација; ц) конформистички, тј., окренути ка унутра. Запослени са овим системом вредности увек ће задовољењу моралних захтева потчињавати своје жеље и потребе. Типично понашање укључује поштовање ауторитета, скромност и мало попустљивости према себи (строга самодисциплина); д) манипулистички, тј., окренути ка предузећу и тржишту. Запослени са овим системом вредности желе индивидуалне вредности које су модерне, видљиве и имају новчану вредност; е) социоцентрични, тј. окренути ка друштву. Запослени више цене награде које поспешују везе међу људима од новчаних награда; ф) награђивање радника који прихватају егзистенцијални систем вредности је тешко, јер они не раде да би били награђивани, већ своју улогу озбиљно схватају. Преокупирани су личним развојем и постављањем циљева који дају смисао животу.<sup>6</sup>

Нема сумње да се радна етика разликује међу цивилизацијама, земљама, организацијама и групама. Битно је да се индивидуалне вредности и основна етика појединца, током процеса селекције, поклопе са вредностима предузећа. Отуда, основне вредности треба да буду идентификоване. Упознавање са тиме шта одређена организација вреднује као важно, а шта не, почиње са увођењем у посао. Пример који дају руководиоци на свим нивоима, од виталног је значаја за промовисање радне етике. У интересу стимулације радника, потребно је развити везу између радног ангажмана, продуктивности и награђивања радника. Постоји

све већа тенденција да се очува организациона култура курсевима и развојним програмима, као саставним деловима било ког програма школовања. На крају, да би се развила одговарајућа радна етика, потребна је исправна комуникацијска стратегија и план деловања.

**Резиме:** Компанија мора да буде одговорна за поштовање основних друштвених закона. У земљама као што је наша, у којима се компаније више баве опстанком него етиком, тржишна економија није у пракси достигла ниво на којем успех подразумева етику и друштвену одговорност. Погрешно је сматрати да етика негативно утиче на стварање профита. Међутим, анализе неких спроведених истраживања односа економских достигнућа и нивоа друштвене одговорности компанија говоре да између њих не постоји јасна директна веза.

У погледу формирања и примене етичких норми у пословању постоји пуно незнања и погрешних претпоставки. Отуда је неопходно ширити круг знања радом на едукацији по питању етике, и тиме сужавати простор мањкавих презумпција.

Примери не-етичког понашања компаније били би, примера ради: смањење броја запослених, при чему се отпуштају непривилеговани радници (рецимо, у следству процеса приватизације); запошљавање радника са црног тржишта (при чему се избегава плаћање прописаних дажбина); подмићивање, одн. корупција; продаја производа без гаранције (у прехранбеној индустрији је посебно опасна продаја артикала штетних по здравље); загађење животне средине, што је нарочито изражено у хемијској индустрији, и др.

У САД-у су се, у протеклој деценији, развиле извесне стандардизације пословне етике, док се у Европи тај процес лагано одвија. Неке од етичких мера (аранжмана) које су распрострањене у САД а који би требало да буду шире прихваћене и реализоване, су: а) формулисање етичког кодекса. Реч је о формалним стандардима понашања који доприносе детерминисању одговарајућег организационог понашања. Иако постојање кодекса не гарантује и понашање у складу са њим, представља значајан први корак у процесу контроле етичког понашања; б) у сфери етике постоји више обука и панела. Етичке норме се могу преносити путем састанака за оријентацију нових запослених и затим, путем наредних формалних састанака, на којима се излажу

нова питања и утврђују претходно стечена знања. ц) установљавање менаџера за етичка питања, који је одговоран за решавање етичких проблема, и радног места етичког повереника, који је професионално оспособљен за посао који обавља; д) формирање етичког комитета, који је надлежан да прати колико се правила етичког понашања поштују. Примена кодекса етичког понашања се може остварити корективном контролом, уз коришћење награђивања и казни.

#### **Литература:**

1. Hoffman, D., and J. Bateson (1997), *Essentials of services marketing*, The Dryden Press.
2. Epstein, E., (1987) "The corporate social policy" *California Management Review*, No 3.
3. Fulop, G, Hisrich, R. and K. Szegedi (2000), "Business ethics and social responsibility in transition economies", *Journal of Management Development*, No 1.
4. Kilcullen, M. and J. Kooistra (1999), *At least do not harm: Sources on the changing role of business ethics and corporate social responsibility* References *Services Review* No 2, MCB University Press.
5. Balabanis, G., Hugh, P. and J. Lyal (1998) "Corporate social responsibility and economic performance in the top British companies: are they linked", *European Business Review*, No 1.
6. Hamilton-Attwel A, (1998) "Productivity and work ethics", *Work Study*, No 3.