

POSLOVNA ETIKA – PARADOKS ILI NEMINOVNOST?

*„Dve stvari me ispunjavaju sve većim
strahopoštovanjem i divljenjem što ih više
promišljam – zvezdano nebo nada mnom i
moralni zakon u meni.”*

Immanuel Kant

REZIME: U uslovima tehničko-tehnološkog napretka, kada se informacije elektronskim putem prenose u deliću sekunde, kao i finansijska sredstva, kada engleski jezik postaje opšte sredstvo komunikacije, a avioni uobičajeno prevozno sredstvo, poslovanje kompanija se nije moglo zadržati na nacionalnim okvirima. Trgovina sa udaljenim krajevima i razmena različitih proizvoda odvajkada su postojali. Novinu predstavlja formiranje organizacionih jedinica ne samo u različitim zemljama, već i na drugim kontinentima. Poslovanje pojedinih kompanija prevazilazi nacionalne dohotke mnogih zemalja. Tradicionalan pristup biznisu u vremenu snažnih konglomerata postaje neodrživ. Pritisci da poslovanje ne sme da bude vođeno samo interesima akcionara postaju sve veći, a društveno odgovorno poslovanje predstavlja sferu u kojoj se prelamaju interesi vlasnika kapitala sa interesima zajednice, neograničen ekonomski rast i pravedan i održivi razvoj. O značaju samog problema govori činjenica da je društveno odgovorno poslovanje postalo predmet međunarodne standardizacije, te da postoje nagoveštaji da će Evropska unija upravo time usloviti trgovinsku razmenu sa zemljama koje su joj se pridružile ili nameravaju to da učine. Prikazano na velikom istorijskom platnu, etički pogledi na biznis bili su skoro uvek negativni. Međutim, činjenica da izveštavanje o skandalima u

* Asistent, Pravni fakultetu za privredu i pravosuđe, Univerzitet Privredna akademija u Novom Sadu

biznisu predstavlja vest, izaziva javnu reakciju i nepovoljno utiče na imidž kompanije, predstavlja znak da mit o amoralnom biznisu nije više nedvosmisleno prihvaćen. Biznis se našao na udaru zbog nedostatka društvene odgovornosti i različitih oblika ugrožavanja društva i pojedinca. Ne postoji dobar način da se uradi loša stvar, biznis koji teži dugoročnom uspehu mora uvažavati osnovne moralne i ljudske vrednosti. Klasičan koncept korporacije kazuje da korporacija postoji prvenstveno zato da služi deoničarima i uvećanju njihovog bogatstva. Budući da odluke krupnih korporacija imaju uticaja na celokupno društvo i pojedince na toliko različitih načina, nije više dovoljno očekivati od korporacija da obezbeđuju obilnu ponudu visokokvalitetnih dobara po razumnoj ceni. Staranje o ekosistemu, briga oko ograničenih zaliha prirodnih bogatstava, zanimanje za kvalitet života zaposlenih izbijaju u prvi plan u novom milenijumu i vode ka laganom izumiranju mita o amoralnom biznisu. Novo shvatanje odgovornosti korporacija ne potire obavezu posloводства da deoničarima obezbedi povraćaj uloga i ostvarivanje profita, već da svi na koje izvesna odluka utiče budu uzeti u obzir. „Cena veličine je odgovornost.” (Vinston Čerčil)

Ključne reči: biznis, poslovna etika, društveno odgovorno poslovanje

1. Uvod – lek protiv rečnog slepila

Ujedom crne muve koja se razmnožava u tropskim rekama Afrike i Latinske Amerike prenosi se na čoveka sićušan parazit koji napada blizu 20 miliona siromašnih ljudi nastanjenih u priobalnim selima. Paraziti žive ispod kože obolelih ljudi. Krećući se po celom telu izazivaju nesnosan svrab, usled čega oboleli neretko izvršavaju samoubistvo. Parazit često napada oči obolelih što dovodi do potpunog slepila po kom je ova užasna bolest i dobila ime.

Godine 1979. naučni istraživač američke farmaceutske kompanije *MERK*, dr Vilijem Kembel otkrio je da „invermecin”, lek koji se inače primenjuje na životinjama, uspešno uništava izazivače rečnog slepila. Kembelov istraživački tim uputio je molbu menadžmentu kompanije *MERK* da odobri rad na proizvodnji humane verzije leka.

Finansijska analiza je pokazala da bi proizvodnja leka i kliničko testiranje koštalo najmanje sto miliona dolara, a bilo je sasvim jasno da se prodajom leka u Africi i Latinskoj Americi uloženi novac neće vratiti. Postojala je i opasnost da humana verzija leka neće dati uspeha u lečenju,

te su troškovi negativnog publiciteta procenjeni na još 300 miliona dolara godišnje.¹

Menadžeri kompanije *MERK* su bili neodlučni – kakvu odluku da donesu? Da li se upustiti u projekat sa toliko neizvesnim finansijskim efektom? Nisu li interesi deoničara na prvom mestu? Zar poslovne odluke ne treba da se zasnivaju na činjenicama i finansijskim obzirima? S druge strane, šta je sa milionima ljudi koji bi bili spašeni? Postoji li odgovornost prema njima?

Idu li biznis i moral zajedno?

Društveno odgovorno poslovanje je centralni pojam poslovne etike. Dolaskom pitanja društvene odgovornosti poslovanja u žižu interesovanja javnosti, u izvesnom smislu, dolazi do reafirmacije i same poslovne etike budući da je dugo vremena sam pojam „poslovne etike” smatran protivurečnim, a etička shvatanja u biznisu neprimenljivim.

Mnoga pitanja koja se odnose, pre svega, na način implementacije društveno odgovornog poslovanja jesu otvorena. Značaj samog principa je uglavnom nesporan, ali još uvek nije opšteprihvaćen. Poslovni ljudi, najčešće nisu za to obučavani u školama, a poslovna praksa ne pruža mnogo primera. Najteže je promeniti ljudsku svest i pohlepu.

Kompanija *MERK* nije zakonski obavezna da vrši istraživanja sa neizvesnim ishodom u cilju otkrivanja leka protiv rečnog slepila. Finansijski izveštaji pokazuju da je gubitak sredstava, i u slučaju uspešnog pronalazjenja leka, neminovan zbog nemogućnosti plasmana robe po realnoj ceni proizvoda na afričkom i južnoameričkom tržištu. Gubitak je izvestan. Da li je donošenje poslovne odluke sa sigurnim negativnim bilansom odgovorno prema akcionarima? Kako bi brokeri sa Wall Street-a cenili *MERK*-ovu odgovornost prema obolelima spram finansijskog gubitka?

Dilema nije pravna, niti finansijska, već moralna. Stoga ćemo se osvrnuti na prirodu etičke argumentacije kojom bi se mogli braniti suprotstavljeni stavovi menadžmenta *MERK*-a.

2. Korisnost i utilitarizam

Kompanije se osnivaju radi sticanja profita. Stručne službe prave proračune i predračune u nastojanju da dohodak premaši troškove. Navedeno postupanje je racionalno i svi ga manje-više intuitivno i spontano primenjujemo prilikom donošenja odluka u svakodnevnom životu. Uravnoteženje

¹ Vučković, Ž., (2005). Biznis i moral, Fakultet za menadžment, str. 45–46

želja sa sredstvima, kao i poređenje sadašnjih sa dugoročnim željama čini osnovu utilitarističkog pristupa etici.

Utilitarizam je etička teorija koja smatra da je neka radnja ispravna ako proizvodi, ili teži da proizvede, najveću meru dobra za najveći broj ljudi na koje ta radnja utiče. Ako nije tako, radnja je pogrešna.²

Kao što smo pokazali, firme tradicionalno dobro svode na novac. Kako je cilj poslovanja pravljenje novca, radnje koje mogu pomoći da se stekne novac smatraju se dobrim, a one koje vode gubitku novca smatraju se lošim. Racionalno vođena kompanija nastoji da maksimizuje svoje dobro, a krajnji obračunski rezultat, po odmeravanju prihoda i rashoda – dobitak ili gubitak, konačna je ocena za koju je biznis tradicionalno zainteresovan.

Postoji, međutim, značajna razlika između utilitarizma i analize utilitarnosti koja se primenjuje u poslovanju. Kada neka kompanija odmerava posledice donošenja izvesne odluke, prevashodno u finansijskom smislu, ona to čini u odnosu na sebe samu. Utilitarizam, kao etička analiza, ali i obaveza koja se, kako smo приметili, nameće savremenom poslovanju, odmerava dobre i loše ishode neke radnje po svakoga na koga ona potencijalno ima uticaja. U određivanju kruga ljudi na koji bi izvesna radnja uticala, leži, međutim, opasnost zloupotreba i manipulacija teorijom utilitarizma. Kako prema ovoj teoriji radnje nisu dobre ili loše po sebi, već moralnu vrednost poprimaju tek posmatrano združeno sa dejstvom koje za njima sledi, u oceni da li dobra nadmašuju loš bitan faktor – koji je promenljive prirode, bez čvrstih parametara – predstavlja upravo, matematički govoreći, radijus posledičnog kruga. Takođe, mora se imati u vidu, da intenzitet dejstva radnje nije jednak budući da njeno dejstvo može biti neposredno i posredno o čemu se mora voditi računa prilikom „sabiranja”.

Loše poslovanje kompanije *MERK* pogodilo bi akcionare, koji bi mogli odlučiti da smanje rashode smanjenjem broja zaposlenih. Posledični krug možemo proširiti: ostavši bez prihoda jednog člana, životni standard porodice pada i njeni članovi bi se morali odreći nekih zadovoljstava možda bi se isto desilo i sa članovima deoničarevog domaćinstva. Naposletku, manja dobit – manja osnovica za oporezivanje i manji prihod budžetu iz kog se podmiruju opšte društvene potrebe. Vidimo, dakle, da bi ovako utvrđen radijus posledičnog kruga, uz izvesno predviđanje gubitka i neizvesnost uspešnosti istraživanja, mogao navesti rukovodstvo *MERK*-a na alternativnu radnju – donošenje odluke o neulaganju sredstava, vremena i

² De George, R. T., (2003). Poslovna etika, Beograd, Filip Višnjić, str. 68

truda u pronalaženje leka budući da bi takva odluka kompaniji donela više dobra nego zla.

Da li bismo dobili isti rezultat ako proširimo sliku, ako na Justicijine terazije dodamo dobro u vidu ljudskih života koji bi bili spašeni, dece koja ne bi ostala bez roditelja i uopšte afirmaciju principa da ljudski život nema cenu? Utilitarističko ispitivanje posledica ne sme se završiti u, po nekog, najpovoljnijoj tački.

Primena utilitarističkih proračuna očito ne obezbeđuje automatsko jemstvo moralnosti. Ni sve posledice posebne radnje nisu nam uvek poznate. Mnogi naučnici nisu naslućivali u koje svrhe će se njihovi pronalasci koristiti. Nemogućnost postizanja matematičke preciznosti, ističu pristalice teorije utilitarizma, oslikava prirodu morala, a ne manu teorije koju zastupaju.

Utilitarizam, nesporno, predstavlja široko korišćeno i moćno oruđe moralnog rasuđivanja, ali i često zloupotrebljavan metod moralnog vrednovanja. Dosledna primena zahteva brižljivu i nepristrasnu procenu posledica koju nije lako postići imajući u vidu sukob različitih interesa i još uvek prisutan tradicionalan pristup biznisu.

Moralno smo odgovorni da delamo u skladu sa svojom savešću, ali smo podjednako obavezni i da razvijamo objektivno ispravnu savest.

3. Deontološki pristup etici

Nasuprot utilitarističkom stavu da moralnost postupaka zavisi od njihovih posledica zastupnici deontološkog razumevanja morala i etike dužnosti smatraju da su radnje moralno ispravne ili neispravne bez obzira na njihove posledice.

Deontološki pristup etici ima dugu istoriju. Počev od Deset zapovesti koje su deontološke po formi, budući da izdaju naredbe koje radnje da činimo, a od kojih da se uzdržimo bez osvrtnja na posledice, preko helenjskih filozofa – stoičara, Imanuela Kanta, sve do savremenih teoretičara koji raspravu o moralu vode imajući u vidu pravdu i prava, potvrđuje se čovek kao vrednost po sebi. Činjenica da je zajednička nit deontološkog pristupa odolela probi vremena, kao i modalitetima različitih kultura govori u prilog tvrdnji da je istorija čovečanstva potvrdila vrednost moralnih pravila za opstajanje ljudske zajednice.

3.1. Razum, dužnost i moralni zakon

Klasična formulacija deontološkog pristupa etici sadržana je u delima slavnog nemačkog filozofa iz osamnaestog veka, Imanuela Kanta prema kome je biti moralan isto što i biti racionalan. Izvor moralnosti nalazi se u nama samima i našem razumu, a ne u bilo čemu spoljašnjem. Kako se moralnost sastoji u racionalnom delanju, ona važi samo za razumna bića. Opis onoga što razum zahteva u oblasti delanja jeste moralni zakon. Za nekog u kantovskoj tradiciji, jednu radnju čini ispravnom ne zbir njenih posledica već činjenica da se ona saobražava moralnom zakonu koji se ne iskazuje u hipotetičkoj formi, već kao bezuslovan.

Kant je iskaz moralnog zakona, odnosno vrhovno načelo morala nazvao kategorički imperativ i dao tri formulacije koje opisuju formalne uslove koje neka radnja mora da ispunjava da bi bila moralna:

- 1) biti podobna pretvaranju u dosledno univerzalnu,
- 2) poštovati racionalna bića kao cilj po sebi i
- 3) proizilaziti iz autonomije racionalnih bića, uvažavajući tu autonomiju.

Pogledajmo koji bi postupak rukovodstva *MERK*-a izdržao Kantovu moralnu probu. Pođimo od prvog kategoričkog imperativa: „Deluj samo prema onoj maksimi za koju u isto vreme možeš želeći da postane jedan opšti zakon.”³ Da li pravilo koje bi glasilo: „Ne upuštaj se u istraživanja novih lekova ako ti to ne donosi dobit” moglo postati dosledno univerzalno? Kako je verovatno da mnoga istraživanja sa neizvesnim ishodom neće naići na finansijsku podršku, budući da kapitalisti ulažu sredstva u oblasti sa najmanjim rizikom od gubitka; ako bismo svi poštovali ovo pravilo, niko ne bi radio na pronalazenju novih lekova. Neizlečive bolesti bi se širile i naposletku niko ne bi preživio da nastavi poštovanje pravila. Navedeno pravilo, dakle, ako postane univerzalno vodi do sopstvenog gašenja i tu mu leži nedoslednost. S druge strane, osmotrimo radnju uvažavanja ljudskog života. Pravilo glasi: „Poštuj ljudski život”. Ako bi pravilo postalo univerzalno, svako bi poštovao život drugog čoveka. Pravilo je dosledno, jer svi možemo bez smetnji da poštujemo ljudski život beskonačno. Primena pravila ne vodi njegovom uništenju.

Svaka osoba treba da gleda na drugu kao na cilj, s poštovanjem i dostojanstvom. Za ostvarenje svojih ciljeva koristimo predmete, ali i ljude kada ih na primer unajmljujemo da rade za nas. Međutim, čak i tada ne

³ Balj, B., (2005). Uvod u poslovnu etiku, Beograd, IP Beograd, str. 45

smemo zaboraviti da ljudi uvek ostaju cilj, što je Kant formulisao kao drugu verziju kategoričkog imperativa: „Postupaj tako da čovečanstvo u svojoj ličnosti kao i u ličnosti svakog drugog čoveka uvek upotrebljavaš u isto vreme kao svrhu, a nikada samo kao sredstvo.”⁴ Ako pronalazimo lekove protiv bolesti kako bi ostvarili dobit, onda se prema bolesnim ljudima ne odnosimo s poštovanjem koje zaslužuju kao racionalna bića već ih koristimo isključivo kao sredstvo za ono što želimo da postignemo, a ne kao cilj po sebi poričući njihovo pravo na život.

Treću probu moralne ispravnosti nekog pravila Kant izražava sledećim imperativom: „Postupaj samo tako da volja može na osnovu svoje maksime da posmatra samu sebe u isto vreme kao opšte zakonodavnu.”⁵ Kako biti moralan za Kanta znači isto što i delati racionalno, moralnost nije osobama nametnuta spolja. Moralni zakon je samonametnut i samoprihvaćen i pretpostavlja delovanje sa svešću o moralnom zakonu i činjenici da mu se pojedinac pokorava. Kako su kadra da koč nagone, strasti i porive, te nisu nikom potčinjena, ljudska bića su slobodna i dobrovoljno prihvataju moralni zakon.

Moralna bića sama sebi dosuđuju moralni zakon, ona prihvataju ograničenja svojih radnji, kao što i od drugih očekuju da ograniče svoje, jer su svesna da žive u zajednici. Potvrda moralnosti nekog pravila nije opšta prihvaćenost, već provera da li bi ga sva racionalna bića prihvatila bez obzira da li su počinio ili žrtve radnji. Znači, činjenica da bi većina kompanija, odnosno poslovnih ljudi odustala od ulaganja u istraživanja koja ne donose profit, ne znači da je pomenuta odluka moralna. Sledeći Kantov kategorički imperativ moralna provera bi se mogla izraziti pitanjem da li bi rukovodstvo firme *MERK* podržalo pomenuto pravilo kao univerzalno da je u tropskim predelima Afrike i Latinske Amerike i samo zaraženo neizlečivom bolešću ujedom crne muve?

Kada se moralna načela sukobe, često je teško odlučiti koje ima prednost. U tim slučajevima i pojedinci i društvena zajednica treba brižljivo i objektivno da razmotre različite dokaze u korist sukobljenih stavova. U samom kategoričkom imperativu nema sukoba, i načela ili maksime radnji koji su s njim saglasni mogu se univerzalizovati bez protivrečnosti. Međutim, moguće su situacije u kojima se sukobljavaju dva moralna pravila drugog reda, od kojih je svako u sebi dosledno. Radi rešavanja sudara

⁴ B. Balj, op. cit., str. 46

⁵ R. De George, op. cit., str. 98

pravila drugog reda deontolozi uvode pojam *prima facie* moralnog pravila. *Prima facie* pravilo je uopšteno obavezujuće.

Maksima: „Proizvedi najveću meru dobra za najveći broj ljudi na koje radnja deluje” može se smatrati za *prima facie* moralnu obavezu čime bi u deontološki etički stav uneli i mnogo šta od utilitarističkih shvatanja. Međutim, za razliku od utilitarističkog pristupa, s deontološkog stanovišta, ovo pravilo nije najviše moralno načelo. Stoga, ako njegova zapovest dođe u sukob sa drugim moralnim pravilom (npr. „poštuj ljudski život”) možda će morati da se povuče.

3.2. Nesavršene dužnosti i moralni ideali

Univerzalne drugoredne *prima facie* dužnosti koje se ne mogu u potpunosti specifikovati s obzirom na predmet radnje ili stepen do kog se pravilo mora poštovati, ili u oba pogleda, zovu se nesavršene dužnosti. Primer dužnosti na čiju nesavršenost bi se rukovodstvo *MERK*-a moglo pozvati jeste dužnost da pomažemo ljudima u nevolji, koja ne određuje ni kome bi trebalo da pomažemo ni u kom stepenu. Budući da na svetu ima mnogo ljudi koji su u nevolji, a da svako od nas ima ograničene mogućnosti, očigledno je da niko ne može pomagati svima koji su u nevolji.

Zapovest da se pomaže ljudima u nevolji je ograničena i nesavršena obaveza, te dopušta izvesnu meru slobode u ispunjavanju. Ako nismo u stanju da pomognemo drugima zbog nedostatka novca, prilike ili načina – oslobođeni smo obaveze. Međutim, i ukoliko možemo da pomognemo nekom u nevolji, od nas se ne traži da pomažemo ako nam pomenuta radnja nanosi štetu ili pretili da nanese štetu, po meri jednaku pomoći što bismo je mogli ukazati.

Da li firma koja ostvaruje razumnu dobit ima obavezu pomaganja siromašnim? Da li se njena obaveza razlikuje od obaveze svakog pojedinca? Nesporno je da dobrostojeći članovi društva imaju veću obavezu da pomažu siromašnima nego oni koji i sami lošije stoje. Međutim, menadžeri korporacija najčešće nisu njihovi vlasnici. Da li je za njih moralno dopustivo da koriste novac deoničara u filantropske svrhe ili, da odemo još dalje, da li bismo hvalili upravnika koji je da bi pomagao sirotima doveo firmu do bankrotstva i oštetio deoničare?

Ma kako odgovorili na gore postavljena pitanja, nesavršene dužnosti, kako nisu ograničene, nude pozitivan izazov da se premaši minimum i dostigne moralni ideal. Ljudska bića nisu savršena, ali možemo pokušati da činimo više od prostog ispunjavanja dužnosti. Neke firme premašuju ono

što se od njih moralno zahteva i izdvajaju se od ostalih postajući uzor ili primer za druge, da ih slede ili se sa njima nadmeću.

Moralnost u poslovanju zahteva i moralnog potrošača koji će znati da prepozna takvo postupanje rukovodstva i nagradi ga opredeljujući se za njegov proizvod u konkurenciji sa proizvodom iste vrste i kvaliteta druge kompanije. Od kompanija se ponekad očekuje više nego što je pojedinac spreman da učini. Na primer, recimo da bi svako podržao ulaganje sredstava u pronalaženje leka protiv rečnog slepila iako bi to izvesno vodilo finansijskom gubitku firme *MERK*, ali da li bi potrošači pristali da podrže takvu akciju rukovodstva plaćajući višu cenu drugih lekova iste kompanije smanjujući time gubitak u poslovanju?

3.3. Moralna perspektiva ljudskih prava i pravde

Pristalice deontološkog pristupa moralu tvrde da prava i pravda ne zavise od odmeravanja posledica radnji, te da se ne mogu izvesti iz utilitarističkog proračuna. Zakonska prava imaju svoju osnovu u zakonu i u pravičnom društvu se u značajnoj meri poklapaju sa moralnim pravima. Mogu se shvatiti kao primena druge verzije Kantovog kategoričkog imperativa, koji naglašava da su ljudska bića svrha po sebi i vredna poštovanja. Neupuštajući se u raspravu da li se prava mogu uspešno braniti utilitarističkim pristupom, značaj osnovnih ljudskih prava sastoji se u tome da se ona ne mogu prosto nadjačati razlozima korisnosti.

Standardi pravde (davanje svakoj osobi onoga što joj pripada, postupaajući prema jednakim jednako, a prema nejednakim nejednako) smatraju se moralno značajnijim nego utilitaristička argumentacija zasnovana na korisnim posledicama. Tako ćemo, na primer, moralno osuđivati društveni poredak koji je nepravedan prema nekim od članova zajednice čak i ako je u njemu postignut visok životni standard za stanovništvo.

Američki filozof Džon Rols u knjizi *Teorija pravde*⁶ iz 1998. godine predlaže misaoni eksperiment kao metod stavljanja na probu načela pravednosti. Tehnika kojom se Rols koristi u izlaganju teorije distributivne pravde kantovska je po pristupu i mogla bi se shvatiti kao oblik primene treće verzije kategoričkog imperativa. Da bismo odredili koja su načela pravedna, Rols predlaže da zamislimo da se svi ljudi nalaze iza „koprene neznanja”. Pomenutu tehniku možemo uopštiti i primeniti je uvek kad želimo da postignemo objektivnost u moralnim sudovima. Dakle, neznaajući da li smo bogati ili siromašni, zdravi ili bolesni, stanovnici Američkog ili Afričkog kontinenta,

⁶ Džon Rols u: Vučković, Ž., op. cit., str. 73

deoničari ili menadžeri, istraživači, farmaceuti ili pripadnici drugih zanimanja – koji bismo postupak rukovodstva *MERK*-a smatrali pravičnim? Pošteno ili pravično rešenje je ono oko kojeg bi se saglasili svi iza koprene neznanja.

4. Etika brige za druge ljude i etika vrline

Za razliku od prethodnih teorija koje predlažu različite tehnike postizanja objektivnosti u moralnom rasuđivanju, zagovornici etike brige za druge ljude smatraju da moralne odluke zapravo i nisu objektivni i nepristrasni zaključci šta treba činiti, već da je u njima uvek sadržan emotivni podsticaj i briga za bližnje. Stoga naš moralni zadatak nije da sledimo univerzalne, objektivne i nepristrasne moralne principe, već da pre svega nastojimo da se brinemo za neposrednu dobrobit pojedinačnih ljudskih bića sa kojima smo u odnosima bliskosti i poverenja. Glavna kritika pomenu tog moralnog pristupa odnosi se na mogućnost nepravednog favorizovanja određenih pojedinaca i grupa. Pomenuta teorija bi mogla, u našem slučaju, favorizovati zaposlene u firmi *MERK* i eventualno interese zajednice u kojoj su smeštena njena postrojenja budući da je sa njima uspostavljen međusobni odnos poverenja, pri čemu ljude čiji su životi ugroženi nijedna od navedenih grupa ni ne poznaje da bi navedeni odnos mogao biti uspostavljen. Možda bi se pojam brige za druge ljude mogao proširiti na sva ljudska bića, pa i na ona koja ne poznajemo, ali bi se time udaljili od same suštine teorije etike brige za druge ljude. Stoga, smatram da samostalna primena ove teorije nije održiva, ali može biti značajan korektiv utilitarističkom i deontološkom moralnom pristupu koji, u izvesnom smislu, u svojoj strogosti i objektivnosti zanemaruje konkretna ljudska bića.

Sama moralna pravila ne rešavaju moralne probleme, ona se moraju primeniti, što zahteva suđenje koje pretpostavlja napor brižljivog premišljanja, iskustvo kao i vrlu osobu koja će doneti tačan sud. Nismo rođeni vrli, takvi postajemo upražnjavanjem vrline. Dobri ljudi su dobri jer rade što treba. Za Aristotela, uz to ljudi nisu samo razumna već i društvena bića, čiji se cilj ostvarenja sreće i ispunjenja uvek nalazi u kontekstu društvene zajednice. Vrline nisu samo individualni način postizanja savršenstva, one su veština izvrsnosti u umeću življenja s drugima u zajednici.

Mada Aristotelova Atina, grad-država iz IV veka stare ere, nije društvo u kojem mi živimo, mnogo toga što je Aristotel napisao može se, smatraju teoretičari vrline, primeniti na današnja društva. Društvena priroda vrlina ne mora se odnositi na društveni kontekst kao celinu već se može protumačiti i kao ukazivanje na korporativnu kulturu. Iako su sisteme i

organizacije stvorili ljudi, svaka jedinka se rađa u već postojećem društvu koje sadrži ekonomski, politički i socijalni sistem i mnoštvo raznih organizacija, koji svi deluju na datu jedinku. Stoga, kao što društvo podržava i potpomaže jedinke da razviju svoje vrline, to treba da čini i korporativna kultura. Rukovodstvo koje svojim primerom sledi slovo etičkog kodeksa najbolji je podsticaj moralnog delovanja zaposlenih.

Koje odluke, ako bi bile javno izložene u udarnim novinskim naslovima, rukovodstvo *MERK*-a se ne bi postidelo?

„Sami moramo biti promena koju želimo videti u svetu.” (Mahatma Gandhi)

5. Idu li biznis i moral zajedno?

„Pametan čovek duboko razume vrednost pravednosti, dok glupak razume samo vrednost novca.”⁷ (Konfučije)

Lider menadžerskog tima kompanije *MERK*, dr Roj Vagelos odlučio je da preuzme odgovornost i doneo odluku da se pristupi razvoju humane verzije leka protiv rečnog slepila.

Posle sedam godina istraživanja i kliničkih testiranja, *MERK*-ovi farmaceutski stručnjaci uspešno su proizveli novi lek. Samo jedna pilula u potpunosti je zaustavljala bolest rečnog slepila. Nažalost, sumnje menadžera su se ostvarile: nije bilo nikog ko bi mogao da kupi tako skup lek.

Iako se kompanija zvanično obratila za pomoć Svetskoj zdravstvenoj organizaciji, Vladi SAD, kao i vladama zemalja potencijalno ugroženih rečnim slepilom, niko nije dao finansijsku podršku. Ostvarivanje distributivne pravde primarno se vezuje za funkcije državnih institucija, te se osnovano može postaviti pitanje zašto nijedna od njih nije reagovala? Ako se sredstva poreskih obveznika troše radi spasavanja demokratije apsolutističkih režima, zašto se ne troše i za spasavanje od neizlečivih bolesti? Vidimo, dakle, da odsustvo moralnih principa ne prati samo sferu poslovanja, već i javni sektor kako nerazvijenih i tranzicionih društava tako i razvijenih zemalja. „Hvala Bogu što su ljudi ljudi. Njihova ljudska priroda je predvidiva. Reaguju na pobude i podsticaje. Među njima su, naravno, glavni pohlepa i strah.”⁸

Kako „ne možemo rešiti probleme istim načinom razmišljanja kojim smo ih stvorili” (Albert Ajnštajn) postizanje održivog razvoja i ostvarivanje prava budućih generacija možda vodi putem hiljadugodišnjeg pro-

⁷ Ču, Č., (2006). Umeće ratovanja poslovne žene, Beograd, Zepter Book World, str. 58

⁸ V. Menadžer na mafijaški način: vodič za korporativnog Makijavelija, str. 36

mišljanja kineskih filozofa izraženih kroz princip moralnosti, moralne ispravnosti i pravednosti koji je Lao Ce označio kao tao. „Sve ono što se protivi principu tao, na kraju će dovesti do sopstvenog uništenja”.⁹

Da li su upravo vrednosti koje teže ka nevidljivom i intuitivnom, osobine koje se više neguju u zemljama Pacifika i Azije, jedan od razloga sveukupnog rasta ovog regiona? Čini se da se svet velikih korporacija pomera iz sfere materijalnosti tradicionalnog zapadnjačkog shvatanja biznisa ka mentalnoj sferi istočnjačkog načina razmišljanja svestan da krajnji profit jeste cilj svakog posla, ali da kratkoročna dobit ne prerasta nužno u trajnu i sigurnu pobedu na tom polju. „Može se učiniti da poštteni stižu poslednji, ali oni obično trče drugačijom stazom.”¹⁰

Držeći se etičkih principa kompanija *MERK* je investirala u svoju budućnost. Tokom 1996. godine lek protiv rečnog slepila je podeljen milionima ljudi, a jedna užasna bolest zauvek je pobeđena.

Na pitanje novinara kako se kompanija *MERK* odlučila da izdvoji preko sto miliona dolara za razvoj i proizvodnju leka koji ne može doneti nikakav profit, dr Roj Vagelos je odgovorio da je jedini mogući etički izbor bio da se pristupi poslu koji spasava milione ljudskih života, bez obzira na finansijske troškove. Dodao je da očekuje da će se zemlje koje su dobile pomoć jednog dana setiti da im je *MERK* pomogao i da će zato njegova kompanija u budućnosti na njihovim tržištima imati stratešku prednost. Svoje uverenje temeljio je na iskustvu svoje kompanije sa Japanom. Naime, kada je opustošeni Japan posle Drugog svetskog rata zadesila epidemija tuberkuloze, *MERK* je besplatno pomogao slanjem velikih količina „streptomicina”. Japanci su znali da cene pomenuti gest, zahvaljujući čemu je *MERK* danas vodeća farmaceutska kompanija na tržištu zemlje izlazećeg sunca.¹¹

„Umesto da se usmerimo na merenje količine novca koji smo podelili, prednost treba dati merenju promena nastalih pod uticajem naših aktivnosti.” (Zoltan Valscicakom, Levi Strauss & Co).¹²

Žulio Moura, predsednik GrupoNueva skrenuo je pažnju da postoji 4 milijarde ljudi koji žive s manje od 2 dolara dnevno. „Počnimo misliti

⁹ Č. Ču, op. cit., str. 30

¹⁰ K. Blenčer i N. Pil, Moć etičkog poslovanja, cit. prema T. Gligorić, Osobine naroda od značaja za poslovne menadžment aktivnosti, str. 260

¹¹ V. Vučković, Ž., op. cit., str. 46

¹² Pavić-Rogošić, Lidija, Društveno odgovorno poslovanje (Dop), <http://www.mreza-lokalni-razvoj.net>, 15.09.2010.

o njima kao o delu rešenja svetskog problema. Doseći te ljude je „nova granica” za odgovorno poslovanje.”¹³

Primer poslovanja kompanije *MERK*, ali i mnogih drugih kompanija, pokazuje da biznis i moral ne moraju biti suprotstavljeni. Visokomoralno ponašanje kompanije može osnažiti njen ugled i postati komparativna prednost u sticanju profita i pozicioniranju na tržištu.

6. Smernice za društvenu odgovornost – Standard ISO 26000

Poslovanje koje ne sagledava okolnosti u celini, vlastiti interes koji guta sveukupnost vrlina, jednostavan proračun finansijskog dobitka, „pobediti sve ostale” poput Cezara: „Veni, vidi, vici!”, nagrada za rad i ulaganja koje se svode na osvojeni plen, ne smatraju se danas dovoljnim kriterijumima donošenja odluka. U prilog navedene tvrdnje ide najnovije istraživanje UN Global Compact-a, čiji su rezultati objavljeni u knjizi *Vodič za biznis u uspostavljanju partnerstva sa nevladinim organizacijama i Ujedinjenim nacijama*¹⁴, koje je obuhvatilo 20.000 kompanija iz celog sveta od kojih preko 73% smatra da će partnerski odnosi sa organizacijama civilnog društva i drugim društvenim akterima biti od ključne važnosti za same kompanije u naredne tri godine. Kao glavni razlog za uspostavljanje partnerstva sa civilnim društvom navodi se efikasnije sprovođenje programa društvene odgovornosti kompanija, kao i izgradnja poverenja u zajednici.

Globalni dogovor Ujedinjenih nacija predstavlja najmasovnije dobrovoljno udruženje na svetu posvećeno promociji društveno odgovornog poslovanja sa preko 4.000 preduzeća iz više od 100 zemalja. Osnovano je 2000. godine na inicijativu bivšeg generalnog sekretara Ujedinjenih nacija, Kofi Anana: „Hajde da ujediniemo snagu tržišta sa snagom univerzalnih vrednosti. Hajde da udružimo kreativne snage privatnih preduzetnika sa potrebama najugroženijih i zahtevima budućih generacija.”¹⁵

UN Global Compact nije jedina inicijativa koja omogućava razmenu stručnih znanja i unapređenje poslovne prakse kompanija – članica. Godine 1995. osnovana je CSR Europe koja okuplja preko 60 vodećih multinacionalnih korporacija i 18 nacionalnih partnerskih organizacija u

¹³ Pavić-Rogošić, Lidija, Društveno odgovorno poslovanje (Dop), <http://www.mreza-lokalni-razvoj.net>, 15.09.2010.

¹⁴ Snaga društvene odgovornosti, Izveštaj, <http://www.centaronline.org>, 8.10.2010.

¹⁵ Ibid.

Evropi stvarajući mrežu preduzeća koja praktikuju korporativnu društvenu odgovornost.

Evropski forum višestrukih aktera o društvenoj odgovornosti preduzeća (The European Multi-Stakeholder Forum on Corporate Social Responsibility – CSR EMS Forum), kojim predsedava Evropska komisija, od 2002. godine okuplja reprezentativna evropska udruženja poslodavaca, sindikate poslovnog sektora i nevladine organizacije u cilju promovisanja inovacija, konvergentnosti i transparentnosti u postojećim praksama i instrumentima društveno odgovornog poslovanja.

Evropska Alijansa za društveno odgovorno poslovanje (European Alliance for CSR) predstavlja otvoreno partnerstvo za preduzeća posvećena društveno odgovornom poslovanju. Evropski savez materijalizuje novi politički pristup Evropske komisije inkorporiran u okviru Evropske strategije za razvoj i zapošljavanje.

Globalna inicijativa za izveštavanje (Global Reporting Initiative – GRI) jeste stalno, nezavisno telo strukturirano tako da ponudi globalno primenljive smernice za izradu opštih izveštaja o održivosti u kompanijama, uključujući i društvene i ekološke pokazatelje.

Međunarodni forum biznis lidera (International Business Leader Forum – IBLF) jeste neprofitna organizacija osnovana 1990. godine u cilju promovisanja odgovorne poslovne prakse koja koristi privredi i društvu i doprinosi održivom razvoju. Uz članstvo od preko 80 kompanija članica širom sveta, rad IBLF usredsređuje se prvenstveno na zemlje u razvoju i tranziciji.

Svetski biznis savet za održivi razvoj (World Business Council for Sustainable Development) jeste koalicija međunarodnih kompanija koje povezuje zajednička posvećenost održivom razvoju uz tri glavna oslonca – ekonomskog rasta, ekološke ravnoteže i društvenog napretka.

Iako su usvojene deklaracije, smernice i standardi koji se neposredno ili posredno odnose na društveno odgovorno poslovanje poput Agende 21, Protokola iz Kjota, Smernica OECD-a za multinacionalna preduzeća, standarda AA1000, SA8000, ISO14000, Dow Jones indeksa održivosti, FTSE4Good indeksa, Eko-oznake, Globalnih principa društvene odgovornosti Sullivan, nijedan od ovih dokumenata nije obavezujuće prirode te je tema brojnih rasprava da li, s obzirom na značaj samog pitanja, treba prepustiti samim kompanijama hoće li se pridržavati navedenih principa. Mada svest o društvenoj odgovornosti kompanija raste, kao i broj udruženja koja se bave ovim pitanjem, postoji mišljenje da je zakonski uobličena pravna obaveznost neminovnost, budući da se princip društvene

odgovornosti neretko sukobljava sa ličnim interesima, odnosno ostvarenjem profita korporacija. Verovatno će uskoro biti doneti prvi zakoni u ovoj oblasti, ali, imajući u vidu duboko ukorenjen tradicionalni pristup prirodi poslovanja, kao i mit o amoralnom biznisu, mnogo važniji korak je promena načina razmišljanja kao priprema donošenja samih propisa, kao i ublažavanje očekivanog otpora poslovnih krugova čiji uticaj nije zanemarljiv. A možda je baš taj uticaj na centre političke moći razlog nedonošenja odgovarajućih zakona? Stoga je visokorazvijena svest potrošača najjači adut u suzbijanju društveno neodgovornog poslovanja. Setimo se, tako je sve i počelo.

O značaju koncepta društveno odgovornog poslovanja najbolje svedoči činjenica da on postaje predmet međunarodne standardizacije. Međunarodna organizacija za standardizaciju je, naime, pokrenula projekat razvoja standarda ISO 26000 koji treba da posluži kao set smernica za sistemsku primenu ovog koncepta. Godine 2004. osnovana je radna grupa koju čine stručnjaci koji predstavljaju šest glavnih grupa stejkholdera: privredu, vladine organizacije, potrošače, sindikate rada, nevladine organizacije i organizacije za usluge, podršku, istraživanje i ostale.

Vođstvo u radu na standardu ISO 26000 povereno je, po principu, kopredsedavanja – Švedskoj i Brazilu, čime se, između ostalog, potvrđuje težnja formulisanja standarda čija će primenljivost moći da se ostvari u organizacijama svih vrsta, koje deluju u državama različitog nivoa razvoja. Švedska, naime predstavlja tehnološki izuzetno naprednu zemlju sa visoko razvijenom svešću o društvenoj odgovornosti, dok je Brazil zemlja ogromnih prirodnih bogatstava, ali i prevelikih društvenih razlika i mnoštva ugroženih društvenih grupa. Od njih se očekuje da, zajedno sa ostalim zemljama, u standard ISO 26000 ugrade svoja dragocena iskustva.

Uključivanje u iznalaženje rešenja problema globalne prirode svih na koja će ta rešenja imati uticaja od naročitog je značaja za formulisanje nacionalnih strategija razvoja. Značaj primene standarda ISO 26000 za organizacije u Srbiji ogleda se u najavi da će Evropska unija upravo time usloviti trgovinsku razmenu sa zemljama koje su joj se pridružile ili namejavaju to da učine.

U međuvremenu, na inicijativu kanadske vlade izgrađen je model društvene odgovornosti preduzeća, prikazan u knjizi *Corporate Social Responsibility – An Implementation Guide for Canadian Business*¹⁶,

¹⁶ Corporate Social Responsibility: An Implementation Guide for Canadian Business, <http://www.ic.gc.ca>, 23.12.2010.

zasnovan na postojećem iskustvu i znanjima iz srodnih oblasti, poput menadžmenta kvalitetom i životnom sredinom, kao pokušaj da se premosti problem nedostatka teorijske osnove za primenu predmetnog koncepta i da se kanadska, i preduzeća širom sveta stimulišu na što aktivniji pristup konceptu društvene odgovornosti preduzeća. Model je osmišljen i projektovan kroz tzv. Demingov ciklus – „planiraj, uradi, proveri i poboljšaj” i ima izraženu fleksibilnost. Kanada, koja predstavlja jednu od zemalja sa najizraženijom inicijativom za poštovanje principa održivog razvoja očigledno je, kao i UNIDO (United Nations Industrial Development Organization), USAID (United States Agency for International Development) i druge značajne organizacije, na osnovu brojnih istraživanja zaključila da društveno odgovorno poslovanje nema alternativu kada je u pitanju postizanje održivog razvoja, te kao takvo, njegovo determinisanje prevazilazi privatni i nevladin sektor.

7. Zaključna razmatranja

Kauzalni lanac neke radnje u jednoj velikoj organizaciji često obuhvata mnogo ljudi koji su međusobno hijerarhijski povezani. Oni pri kraju lanca osećaju da su primorani da izvrše izvesne radnje – primili su naredjenja – i opcije koje su im otvorene su ograničene. Sami nisu kreirali plan i njegovu realizaciju, samo su sledili instrukcije. Stoga osećaju da odgovornost za njihove postupke pada na one iznad njih. S druge strane, rukovodstvo kompanije ne vidi specifične ishode naredbi koje je izdalo jer je udaljeno od njenog konkretnog izvršenja. Smatra da zaposlenima na neposredno nižem stepeniku organizacijske lestvice valja dati ovlašćenja da donose odluke, te da ih, dok god rade dobro, ne treba proveravati. Tako na oba kraja lanca ljudi koji su učestvovali u poslu smatraju da su u pitanju radnje za koje sami nisu moralno odgovorni. Odsustvo osećanja moralne odgovornosti, međutim, ne ukazuje na odsustvo same odgovornosti. Prenošenje ovlašćenja da se sprovede naredba ili plan, ne oslobađa moralne odgovornosti za način na koji će se naredba ili plan izvršiti.

Atmosfera koja vlada u korporaciji, vrednosti koje neguje, oblici prakse, odnos ljudi jednih prema drugima, njihova osećanja prema firmi, istorija korporacije mogu da podstiču ili kočie moralno delovanje pripadnika korporacije. Korporativna kultura na čije formiranje presudno utiče ponašanje najvišeg rukovodstva ima snažan uticaj na pojedinca.

Biznis je deo ljudskog života. Korporacije su mesto gde mnogi odrasli ljudi provode većinu svoga vremena te klima organizacije treba da pruža

mogućnost samoispunjenja. Lojalnost zaposlenih je cilj svakog poslodavca, a ona se postiže zadovoljstvom svojim poslom i načinom poslovanja firme. Ispitivanja su pokazala da pozitivno radno okruženje utiče na produktivnost kompanije.

Kodeksi poslovne etike predstavljaju jasan znak zaposlenima kojim vrednostima treba da se rukovode u svakodnevnom radu. Ipak, moralna odgovornost i moralnost moraju biti samonametnute i samoprihvaćene.

Govorili mi aristotelovskim, kantovskim ili drugim izrazima, jezik etike i morala odnosi se prvenstveno na ljudska bića. Ljudska bića su puna vrlina ili mana, ona su ta koja postupaju etično ili neetično. Zato, „pre nego što proizvedemo robu, moramo proizvesti Čoveka.”¹⁷ Međutim, strukture i zakoni koji su nemoralni ohrabruju ljude da postupaju nemoralno, dok moralne strukture i zakoni podstiču ljude na moralno delovanje. Dobro, u smislu morala, društvo ili organizacija ili firma dobri su i zbog svojih dobrih struktura i zbog dobrih ljudi koji ih čine. Moralni ljudi su potrebni da stvaraju i održavaju moralne strukture. Jedno podržava drugo. Ako su strukture nemoralne ili ako podržavaju i nagrađuju neetičnu delatnost, jasno je da ih mogu promeniti samo ljudi koji ih prepoznaju kao loše a koji imaju moć, sposobnost i volju da ih promene. U tom smislu etični ljudi jesu neophodni za postojanje etičnih društava, organizacija i korporacija.

Za većinu praktičnih problema poslovne etike nije potrebno rešenje svih filozofskih sporova između utilitarista i deontologa. Uprkos činjenici da se njihovi pristupi razlikuju, u većini slučajeva će bilo koji od tih metoda, ako je brižljivo i savesno primenjen, dovesti do istih moralnih zaključaka u pogledu moralnosti prakse ili radnje o kojoj je reč. Pri tom, sve etičke teorije polaze od široko prihvaćenih moralnih verovanja i u meri u kojoj različiti filozofski pristupi obrazlažu takva verovanja ona postaju pouzdanija.

Rasprave o etičkoj teoriji izostrila su pojmovna oruđa koja ljudi uopšteno koriste u pomenutim raspravama i učinile nas svesnim zamki i nedovoljnosti pojedinih pristupa. U rešavanju praktičnih moralnih problema u biznisu moramo koristiti sve tehnike moralne analize i dokazivanja kojima vladamo.

Budući da postupci korporacija utiču na ljude one imaju moralne obaveze i mogu i moraju se smatrati moralno odgovornim za njihovo ispunjenje. Široka javnost ima pravo da se upozna sa moralnim profilom korporacije. Za svaku kategoriju moralne odgovornosti mogao bi se usvojiti

¹⁷ Mačušita, cit. prema Ž. Vučković, op. cit., str. 178

odgovarajući metod izveštavanja, pri čemu bi svi zajedno činili moralnu analizu kompanije. Stavljanjem na uvid, na primer, izveštaja koji bi sadržali podatke o zagađenju, nivou zračenja i izlivanja štetnih materija date kompanije kao i parametara o dozvoljenim nivoima, zatim podataka o nesrećnim slučajevima koji bi pokazivali da li firma svojim radnicima pruža odgovarajuću bezbednosnu zaštitu, dokumentacije o povlačenju robe iz optičaja koja bi govorila o kontroli kvaliteta i bezbednosti njenih proizvoda, evidencija o sudskim parnicama i vanparničnim poravnanjima koja pokazuje kako kompanija ispunjava neke od svojih moralnih obaveza prema potrošačima, mit o amoralnom biznisu bio bi zamenjen jasnim i otvorenim pristupom korporacijskim moralnim obavezama.

Potrošači bi kupovinom robe određenog proizvođača davali glas kompaniji koja posluje na društveno odgovoran način što bi podstaklo potencijalne investitore da ulažu u pomenute kompanije, kao i ostale da slede njihov primer.

Potrošači mogu bojkotovati neku firmu odbijajući da kupe njenu robu, kako bi je naterali da prestane s neetičnom praksom. Kad moralna sredstva nisu dovoljna zakon se koristi da zaštiti članove društva. Novčana kazna koja prevazilazi sumu koju bi kompanija stekla obavljanjem po društvenu zajednicu štetne radnje, može biti motiv za moralno ponašanje onima koji se inače ne bi tako ponašali. Ukoliko razmišljamo da li održivi razvoj ima alternativu, treba imati na umu da će „u tri sa prirodom prvi pasti čovek”.

Kao što smo rekli, u toku su aktivnosti na pronalaženju rešenja problema sa kojim se susreću kako razvijene, tako i nerazvijene zemlje. Izvesne smernice i uputstva za društveno odgovorno poslovanje, neobavezujućeg karaktera, postoje ali konačna rešenja nisu nađena. U tome se zapravo ogleda specifičnost ljudske egzistencije koja se ne može definisati konačnim pravilima.

Snežana Prelević

Teaching assistant, Faculty of Law, University Business Academy, Novi Sad

Business ethics – paradox or inevitability

A b s t r a c t

In technical-technological advanced times when information are transmitted in a split of a second and airplanes are a regular means of transport, business companies could not hold in national frames. Trade

with distant areas and exchange of various products has existed ever since. Novelty is establishing organizational units not only in different countries, but on different continents. Income of certain companies overcomes national products of many countries. Traditional business approach in times of powerful conglomerates becomes unsustainable. Pressure that business cannot be led only by shareholders are increasing, while corporate social responsibility represents the sphere where capital owner and community interests collide, as well as unrestricted economic growth with just and sustainable development. The significance of this problem is proved by the fact that corporate social responsibility became the subject of international standardization and that there are hints that EU will precondition it to trade with countries that already joined it or are about to. Through the historical lenses, the ethical view of business has nearly always been negative. However, the fact that reporting on business scandals is news that provokes public reaction and unfavourably affects image to the company, means that the immoral business myth is not generally accepted. Business has found itself in focus due to the lack of social responsibility and different forms of threats to society and individual. There is no good way of doing a bad thing; business that strive long term success must respect basic moral and humane values. Classic corporate concept states that corporations exist in order to serve its shareholders and increase of their wealth. Since decisions of vast corporations influence individuals and society as a whole in so many ways it is not enough to expect corporations to provide vast offer of high quality products in reasonable prices. Caring for eco-system, limited natural resources, interest in life quality of employees are being prioritized in new millennium and lead to show die out of immoral business myth. The new understanding of corporate responsibility does not exclude management commitment to provide shareholders with investment return and profit increase, but to consider all that are being affected by certain decision. „The price of greatness is responsibility” (Winston Churchill).

Key words: business, business ethics, corporate social responsibility

Literatura

1. Aleksić, J., (2007). Osnovi etike, Beograd, Univerzitet Singidunum
2. Balj, B., (2005). Uvod u poslovnu etiku, Beograd, IP Beograd

3. Ču, Čin-Ning, (2006). Umeće ratovanja poslovne žene, Beograd, Zepter Book World
4. De George, R. T., (2003). Poslovna etika, Beograd, Filip Višnjić
5. Gligorić, T., (2007). Osobine naroda od značaja za poslovne menadžment aktivnosti, Banja Luka, Bina
6. Makej, H., (2005). Kako plivati sa ajkulama, Beograd, Mono & Manana
7. V., Menadžer na mafijaški način: vodič za korporativnog Makijavelija, (2003). Beograd, Mono & Manana
8. Vučković, Ž., (2005). Biznis i moral, Fakultet za menadžment
9. Rakas, S., (2001). Uvod u poslovnu etiku, Beograd, Megatrend
10. Rakas, S., (2004). Sociologija menadžmenta, Beograd, Megatrend
11. Pavić-Rogošić, Lidija, Društveno odgovorno poslovanje (Dop)(2010 Septembar 14). Preuzeto sa: <http://www.mreza-lokalni-razvoj.net>
12. Snaga društvene odgovornosti, Izveštaj (2010 Octobar 08). Preuzeto sa: <http://www.centaronline.org>
13. Corporate Social Responsibility: An Implementation Guide for Canadian Business (2010 Decembar 23). Preuzeto sa: <http://www.ic.gc.ca>
14. Ubrzanje praksi društveno odgovornog poslovanja u zemljama članicama EU i zemljama kandidatkinjama, Izveštaj, (2010, July 17),. Preuzeto sa: <http://drustvena-odgovornost.undp.hr>