

## На дневном реду у свету

### Нови аспекти одговорности предузећа

У круговима професионалаца, на скуповима правника, у стручним правним расправама у последње време једна тема почиње да доминира. Она је повезана са актуелним догађајима у свету (ратови, тероризам), са кретањима која доминирају друштвеним животом (глобализација), са бригама које оптерећују живот на планети (загађења, заштита природне околине), са новим питањима која економски развој и пословни живот постављају пред правнике (стечајеви великих привредних империја којима су, на одеђени начин, допринели и професионални саветници, укључујући и правне) итд.

Тема дана је друштвена одговорност предузећа (*social corporate responsibility-SCR*).

Расправа добија на замаху, иако још нису сасвим јасно прецизирана ни основна питања - у чему би се ова одговорност заправо састојала и какве су последице њеног постојања. Но, ипак се ова одговорност полако увлачи у поре мултинационалног бизниса; готово је немогуће наћи озбиљнију компанију у развијеном свету која нема акте (упутства, водичи, документи са елементима политике) којима дефинише своју друштвену одговорност и утврђује кодекс понашања у пословању и у одређеним ситуацијама.

У основи, друштвена одговорност предузећа је нови аспект одрживог развоја (*sustainable development*), појма који се користио у седамдесетим и осамдесетим годинама прошлог века у дискусијама о одговорности предузећа за заштиту природне околине. Међутим, сада је овај појам друштвене одговорности предузећа много шири и обухвата шири спектар питања која је много теже дефинисати и груписати - од обичне обавезе да се стриктно поштују прописи до бриге о томе како се третирају радници или вођења рачуна с ким предузеће послује, и то не у смислу пословног ризика, већ у смислу подобности по много других критеријума - моралних и др. (пословање у земљама са неприхватљивим режимима на власти, трговање оружјем, употреба дечје радне снаге итд.). Одговорност за заштиту природне околине и

даље је један од кључних елемената друштвене одговорности предузећа. Снажан замах разматрањима појаве друштвене одговорности предузећа дало је повезивање ове одговорности са правима човека, односно генерално повезивање "бизниса" са питањима обезбеђења поштовања права човека.

Нема, још увек, стандардне, општеприхваћене дефиниције друштвене одговорности предузећа. Који елемент у дефиницији преовладава зависи од природе предузећа, његовог положаја на тржишту, његове уговорне и вануговорне одговорности у пословању, процене ризика, улоге његових чланова и утицаја на политику предузећа, свести власника и пословодства о стању и проблемима средине у којој предузеће послује, јачине и организованости покрета радника предузећа. У најкраћем, друштвена одговорност предузећа може се одредити као концепт у коме предузећа добровољно одлучују да поштују и штите интересе не само својих чланова, већ и шире друштвене заједнице и да обезбеђују остварење вредности за које се заједница залаже, те да доприносе заштити природне околине и бољем друштву кроз активан однос према друштвеним проблемима.

И међународне организације настоје да на разне начине промовишу друштвену одговорност предузећа. На овом плану су активне ОУН (припрема се декларација о одговорности транснационалних корпорација и других предузећа у погледу људских права и друге активности и иницијативе) и њене афилијације (на пример, Међународна организација рада), OECD (сачинио водич за транснационалне корпорације), Међународна трговинска комора (сачињен нацрт водича за одговорно понашање у пословању), те многе друге. И у Европској унији обављају се значајне активности на дефинисању и подстицању друштвене одговорности предузећа (јула 2001. Европска комисија је објавила "зелену књигу" о промовисању европског оквира за друштвену одговорност предузећа, јула 2002. Комисија је објавила посебно саопштење о овом питању, Европски парламент је 1998. објавио Европски кодекс понашања транснационалних корпорација које послују у земљама у развоју, а маја 2002. је донео и прописе у овој области итд.).

Без обзира што се нека предузећа и теоретичари труде да покажу како нова свест о друштвеној одговорности предузећа није резултат недавних ломова у појединим секторима привреде (случај *ENRON* у САД и други), и појачане контроле пословања по разним основама, ипак се може утврдити да је установљавање политике предузећа, у односу на нека значајна питања средине у којој делују, резултат стварног или антиципираног јавног притиска. Сматра се да јавно прокламована политика у вези са друштвеном одговорношћу предузећа, те јавно објављивање резултата њеног спровођења, доприносе више угледу и пословању предузећа него обична рекламна кампања.

Правна питања везана за друштвену одговорност предузећа су многобројна и професионална заједница правника на Западу се организује да се оспособи за конструктивну акцију и на овом пољу.