

др Слободан НЕНАДОВИЋ
професор струковних студија, ВИПОС Ваљево

НЕКА ГЛЕДИШТА О ПИТАЊУ ПОСЛОВНЕ ЕТИКЕ У ПРАВУ САД

Резиме

У овом чланку аутор анализира развој инстинктивних пословне етике из уџла права САД. Као област „примењене етике“ пословна етика у тој држави има бољу историју, а данас је област за коју како у стручној јавности тако и међу домаћим компанијама влада велико интересовање. Мада између права и пословне етике постоји чврста и нераскидива веза компаније морају проценивати не само оно што је законито већ такође и оно што њихови запослени као и друштво у целини сматрају етичким. Ошуда се повремено правним нормама и претвара као „пословно етички минимум“ њиховој понашања.

Кључне речи: *пословна етика, примењена етика, право, компаније.*

I Увод

Питање пословне етике спада у она савремена питања за која се може рећи да су увек изузетно актуелна. Такво је напиме било у прошлости, такво је данас и, најзад, несумљиво је да ће такво својство имати како у ближој тако и даљој будућности. Оваква његова општа карактеристика у главним цртама се не мења обзиром на различитост култура, религиозна уверења или пак ниво развијености друштва или држава у чијим оквирима се то питање посматра и анализира.

Несумњиво је у исто време да је пословна етика (као и њој комплементарна социјална одговорност компанија о којој ће такође у основним цртама бити речи) тек један део општег појма којем припада, појма етике односно морала па се отуда њена сложеност и мултидисциплинарност не само не могу пренебрегавати већ се напротив нарочито морају узети у обзир код вршења било каквих анализа и доношења било каквих закључака. Шта је то уопште „добро“, а шта „лоше“ у међуљудским односима, пословним и/или другим, ко поставља границе и утврђује елементе једног или другог, како и да ли једно на друго утичу, да ли се међусобно ограничавају, мотивишу и условљавају говоре и говорили су песници и књижевници, филозофи, социолози, оци највећих светских религија, они које је човечанство славило, као и они које је осуђивало. На крају крајева, не би се усудили да кажемо и најмање важно, ово су теме о којима су и правници, како практичари тако и теоретичари, увек имали шта да кажу.

Имајући све претходно наведено у виду, потпуно разумевајући да се трагање за одговорима никада неће сасвим окончати, а да ће у исто време питања бити све више и више, овај рад је тек покушај да се о питању пословне етике говори претежно из угла права (онолико колико је уопште могуће остати бар и претежно на том терену) и то узимајући у обзир пре свега ставове и мишљења о пословној етици присутне у правној доктрини и пракси САД.¹

II Кратка историја пословне етике у САД

Према неким мишљењима историја пословне етике у САД може се посматрати кроз шест сукцесивних фаза: прва, коју одликују религиозна заснованост и идеолошки корени енглеског порекла (1700–1776); друга, рана америчка пословна етика у развоју (1777–1890); трећа, зрели концепт пословне етике (1891–1963); четврта, повећавање социјалних питања у пословној етици (1962–1970); пета, посматрање пословне етике као специфичне дисциплине; шеста, признање америчке пословне етике као глобалне.²

1 Разлози из којих се у покушају анализе питања пословне етике користимо примером САД су вишеструки: прво, реч је о држави у којој послује највећи број тзв. транснационалних компанија (ТНК) које су као такве не само промотери концепта економског глобализма већ и корпоративне културе у најширем смислу тог појма; друго, многобројни пословни скандали америчких компанија како у ближој тако и у даљој прошлости увек су доприносили подизању питања пословне етике и друштвене одговорности пословног света на виши академски па и политички ниво; треће, једна од ретких држава на свету у којој је пословна етика део универзитетских уџбеника пословног права су управо САД.

2 Robert E. Frederick, *A Companion to Business Ethics*, Oxford, 2002, стр. 342–352.

Уколико се међутим говори о времену у којем пословна етика постаје предмет академског интересовања онда се, у том смислу, почеци историје пословне етике у САД везују најчешће за крај 60-их и почетак 70-их година прошлога века. Ово уз напомену да и овај „део историје“ пословне етике има своју предисторију, ону која ју је условила и више мање одредила основне елементе њеног интересовања.

Након Другог светског рата САД корак по корак постају постају једина глобална економска, војна и политичка сила, остављајући далеко иза себе ратом опустошену и „гвозденом завесом“ подељену Европу као и Јапан. За само пар десетина година у тој држави мноштво компанија израста у до тада незамисливе пословне гиганте који широм света инвестирају и бележе енормне профите. Прве реакције на пословне манире таквих компанија као што су максимирање профита по сваку цену, загађивање човекове околине, и расна дискриминација уследиле су од стране медија и различитих интересних група: радничких, еколошких, бораца за људска права итд. Компаније су на критике одговорале промовисањем и рекламирањем програма друштвене одговорности на које су трошиле велике количине новца. При томе се појам „социјалне (друштвене) одговорности“ разумевао од случаја до случаја, а у зависности од природе делатности коју је компанија обављала односно од предмета критике. У исто време, мотивисане управо конкретним друштвеним последицама пословних активности компанија, јављају се и прве опште академске расправе о њиховој етичкој одговорности. Такве се расправе од средине 50-их односно почетка 60-их година 20-ог века воде и у оквирима посебних пословних школа и курсева, а у њима се акценат ставља углавном на законитост пословања чиме се, додуше посредно, између пословне етике, друштвене одговорности и законитог пословања ставља знак једнакости. Овакав је приступ врло брзо релативизован па се о корпоративној одговорности све више и све чешће говори као о питању које у основи има етичку димензију или се, са друге стране, потпуно негира могућност његовог доктринарног етаблирања.³

Пословна етика се као предмет ширег научног интересовања у САД јавља 1970. године, мада је и пре тог времена било неколико познатих социолога и филозофа који су се овим питањем бавили, као што је рецимо Рејмонд Баумхарт (енгл. *Raymond Baumhart*).⁴ У прво време заправо пословна етика нема ранг посебне научне области већ се о њој

3 Archie B. Carroll, *Corporate Social Responsibility: Evolution of a Definitional Construct*, доступно на адреси: <http://bas.sagepub.com/content/38/3/268.full.pdf+html>.

4 Raymond Baumhart, „How Ethical are Businessmen“, *Harvard Business Review*, бр. 39(4)/1961, стр. 6-9; Raymond Baumhart, *Explanatory Study of Businessmen's view on Ethics and Business*, Harvard Business School, 1963; Raymond Baumhart, *An Honest Profit: What Businessmen say about Ethics and Business*, New York, 1968.

у општем смислу расправља претежно у оквирима анализе међусобног односа и утицаја између етике и пословања. На тој основи, а као резултат укрштања етичке теорије са емпиријским случајевима везаним за пословање америчких компанија, анализама таквих случајева и поводом њих отворених питања (правних, социолошких, економских...) пословна етика добија поступно своју садржинску пуноћу и формира се у посебну и препознатљиву дисциплину.

Као датум „научног рођења“ пословне етике не ретко се одређује 1974. година када је на Универзитету у Канзасу (енгл. *University of Kansas*) одржана прва конференција о пословној етици која је резултирала издавањем „антологије“ пословне етике.⁵ Мање је важно, разуме се, да ли претходно поменути догађај заиста има наведено својство. Јасно је, међутим, уочљиво да је одржана конференција представљала снажан инпут, односно мотив бројним ауторима да своје интересовање и истраживање усмере искључиво ка овој теми. Тако већ 1979. године из штампе излазе три посебне антологије пословне етике: „Етичка теорија и бизнис“ аутора Беучампа и Бовија (енгл. Tom Beauchamp and Norman Bowie, *Ethical Theory and Business*), „Етичка питања у бизнису: филозофски приступ“, аутора Доналдсона и Верхане (енгл. Thomas Donaldson and Patricia Werhane, *Ethical Issues in Business: A Philosophical Approach*) као и „Морална питања у бизнису“, аутора Барија (енгл. Vincent Barry, *Moral Issues in Business*). Недуго потом, 1982. године, Веласкез објављује књигу „Пословна етика: концепт и случајеви“ (енгл. Manuel G. Velasquez, *Business Ethics: Concepts and Cases*), а Де Џорџ „Пословну етику“ (енгл. Richard De George, *Business Ethics*). Наведена издања производе изузетно велико интересовање стручне јавности САД и постају основна грађа у новонасталим курсевима пословне етике али и посебан предмет у постојећим пословним школама. До средине 1980-их пословна етика је институционализована на многим пољима, оснивају се удружења, посебни центри и часописи који се њоме баве, а процењује се да у то време већ око 40.000 студената различитих усмерења слуша предавања везана за ову област.

1980. године је у Бостону у оквирима Америчке асоцијације филозофа (енгл. *American Philosophical Association*) основано и прво Друштво за пословну етику (енгл. *Society for Business Ethics*), а потом се слична друштва оснивају и у оквирима других струковних и професионалних удружења. Нешто раније (1976.) основан је и Бентли колеџ центар за пословну етику (енгл. *The Bentley College Center for Business Ethics*), а потом и Маркула центар (енгл. *The Markkula Center*) такође познат, између осталог, и по значајној посвећености питању пословне етике.

5 Norman E. Bowie, „Business Ethics“, у: Joseph P. DeMarco, Richard M. Fox (eds.), *New Directions in Ethics*, New York, 1986.

Неколико година касније овакви трендови захватају и Европу где је 1987. године основана Европска пословно етичка мрежа (енгл. *European Business Ethics Network – EBEN*). Према мишљењу америчких аутора европски приступ пословној етици генерално је више усмерен на питања економске и социјалне природе, са мање интересовања за активности корпорација него у САД. Овакве разлике ипак нису утицале на међусобну сарадњу друштава пословне етике САД и Европе која је резултирала оснивањем Међународног друштва за бизнис, економију и етику 1989. године.

У исто време амерички аутори почињу све више да се баве питањима међународне димензије пословне етике. Тако Доналдсон објављује „Етику пословне етике“, а Де Џорџ „Конкуренцију са интегритетом у међународном пословању“.⁶ Оба поменута издања фокусирана су на питања међународне пословне етике из угла пословања мултинационалних корпорација и глобализације као и улоге неких међународних организација у том смислу, као што је Светска трговачка организација.

До 1990. године пословна етика је у САД потпуно етаблирана на академском пољу али тако да представља посебно поглавље у више различитих научних области, а не самосталну научну дисциплину. Постоје међутим и мишљења која пословну етику посматрају као део општег друштвено-етичког „покрета“, таквог чија би функција била прожимање свих друштвених односа, не само оних у сфери бизниса. Као што, са друге стране, постоје и мишљења која пословну етику маргинализују, а са њом повезану друштвену одговорност компанија посматрају као утопију или чак субверзивну делатност. У сваком случају једно истраживање из 1994. године указује на изузетну важност овог питања у академској јавности САД. Наиме, на питање коју тему видите као најважнију за истраживање из области социјалних проблема у менаџменту од 50 испитаних истраживача уверљиво највећи број њих је одговорио да је то пословна етика. Иза по важности су остала таква питања као што су однос владе и компанија, заштита животне средине, управљање компанијама, положај акционара итд.⁷

III Уопште о појму пословне етике

Тешкоће у одређењу појма пословне етике су бројне и разноврсне. Мада у основи нема неслагања у вези тога да је пословна етика део општег појма етике као такве и да у том смислу носи сва суштин-

6 Thomas Donaldson, *The Ethics of Business Ethics*, New York, 1989; Richard De George, *Competing with Integrity in Internal Business*, New York, 1993.

7 A. Carroll, *нав. дело*, стр. 14.

ска обележја целине чији је саставни део дефиниције, разликују се и по основу тога да ли су њихови аутори филозофи, економисти, социолози, правници. Штавише, и у оквирима истих научних области постоје кад кад битне разлике између појединих аутора.

Нису ретка ни таква гледишта према којима се пословна етика, баш као и социјална одговорност компанија, и не може одредити као јединствена целина. Пословна етика се према таквим ставовима мора посматрати из најмање три различита нивоа: макро нивоа, чији је предмет улога бизниса на националном и међународном нивоу имајући у виду различите политичке и социјалне системе у којем се он одвија, као што су слободно предузетништво са једне, односно централно-планска економија са друге стране; корпоративног нивоа, у којем се као посебно важно намеће питање социјалне одговорности компанија и у којем се етичка питања непосредно сусрећу са конкретним облицима корпоративног организовања како у приватном тако и у јавном сектору; индивидуалног нивоа, у којем је основни предмет расправе понашање и поступање појединаца унутар пословних ентитета.⁸ Социјална одговорност компанија се у исто време посматра као пирамида коју чине четири посебне врсте одговорности предузећа: на самом дну је њихова економска одговорност, а потом следе законска, етичка и коначно филантропска.⁹

Ипак, према најшире распрострањеним и прихваћеним ставовима пословна етика је само једна форма тзв. примењене етике. Њеном настанку у том облику посебно су допринели право (посебно грађанско, радно и међународно привредно право), теорије фирме и корпоративног управљања као и филозофија морала.¹⁰ При томе се примењена етика разликује од шире дисциплине чији је део, од филозофије морала али и од нормативне етике чији су предмет проучавања правила понашања и њихови принципи, као и мета-етике, у којој су предмет проучавања порекло пресуђења и моралних разлога. За разлику од нормативне етике која се у првом реду бави општим принципима и правилима, којој је очигледно јако слична, примењена етика је више фокусирана и повезана са конкретним формама понашања и деловањем општих принципа и правила у пракси.¹¹ Отуда се и наводи да се примењена етика као појам односи на сваку употребу филозофских метода у решавању моралних проблема који настају у пракси и политици пословног све-

8 Gerry Johnson, Keven Scholes, „Exploring Corporate Strategy“, доступно на: <http://www.dei.uminho.pt/~gerardo/Johnson-ExploringCorporateStrategy8Ed.pdf>, стр. 7.

9 A. Caroll, *нав. дело*, стр. 14.

10 Alexei Marcoux, „Business Ethics“, *Stanford Encyclopedia of Philosophy*, Stanford, 2008, доступно на адреси: <http://plato.stanford.edu/entries/ethics-business/>.

11 Sebastiano Maffettone, *Etica Pubblica*, Milano, 2001.

та, код коришћења технологија, управљања државом и многим другим пољима.¹²

Као форма примењене етике која се односи на пословни свет пословна етика се састоји из два дела: емпиријског, који се односи на проучавање питања понашања привредних субјеката, предузећа и људи у свету финансија и теоријско филозофског, који нуди општу теоријску перспективу везану пре свега за однос између либералних начела економије и индивидуалне аутономије појединца. У многим областима ова два дела пословне етике се међусобно преплићу и прожимају што је и разумљиво обзиром на идентичну функцију: непристрасно испитивање оправданости институција и економске регулативе као и идентификацију неопходних друштвених норми важних за саморегулацију економије.¹³

Мада се питању пословне етике и социјалне одговорности компанија на међународном пољу посвећује све више пажње, пре свега у оквирима међународних организација, првенствено УН, ипак је основни оквир разматрања још увек национални ниво. То је случај и са САД где се највећи део пословних школа и уопште академске јавности бави питањем понашања домаћих корпорација односно правилима понашања која у пословању менаџери тих фирми треба (или не треба) да прихвате.¹⁴ На тој основи се појам пословне етике неизбежно сужава па се под њим често разумеју правила о примени општих моралних стандарда за доносиоце пословних одлука у пословним ентитетима, а у вези њихових свакодневних пословних активности.¹⁵

Када је реч о социјалној одговорности компанија онда се она још од 60-их година прошлога века па све до данас одређује на основама више мање идентичних начела. Ова врста друштвене одговорности привредника представља такав однос према пословним активностима у којем ће се у обзир узети и очекивања јавности, што практично значи да је економија средство чија је сврха побољшање укупног социоекономског благостања. Другим речима друштвена одговорност компанија означава њихову спремност да све своје ресурсе користе и за постизање

12 Tom L. Beauchamp, „The Nature of Applied Ethics“, у: R. G. Frey, C. H. Wellman (eds.), *A Companion to Applied Ethics*, Oxford, 2005.

13 Thomas Donaldson, Thomas W. Dunfee, „Toward a Unified Conception of Business Ethics: Integrative Social Contracts Theory“, *The Academy of Management Review*, бр. 19 (2):252, доступно на: <http://www.jstor.org/stable/258705>, стр. 84.

14 Patricia H. Werhane, Edward R. Freeman, „Business Ethics“, у: R. G. Frey, C. H. Wellman (eds.), *A Companion to Applied Ethics*, Oxford, 2005.

15 Roger LeRoy Miller, Gaylord Jentz, *Fundamentals of Business Law*, 6th edition, New York, 2005, стр. 62.

широко постављених друштвених циљева, а не само уско омеђених интереса приватних лица и фирми.¹⁶

Према неким другим ставовима, међутим, друштвена одговорност се одређује као једна врста обавезе и то обавезе неког лица да размотри ефекте својих одлука и акција на целину друштвеног система. Отуда се за пословне људе и каже да друштвену одговорност упражњавају онда када сматрају да интереси других могу бити угрожени њиховим акцијама, чиме они заправо превазилазе уске интересе своје фирме.¹⁷

О друштвеној одговорности као својеврсној обавези корпорација говоре и други аутори. Према Џонсу суштина идеје друштвене одговорности компанија се састоји у обавезама које компаније имају према одређеним друштвеним групама, али не према акционарима и не таквим обавезама које су утврђене законом или уговорима са синдикатима. Овакве обавезе отуда морају бити: прво, добровољно прихваћене од стране компанија; друго, оне морају имати шири обухват од оног који је утврђен традиционалним дужностима компанија према купцима, запосленима, добављачима и осталим сличним групама.¹⁸

На крају овог дела излагања ваља нагласити да у свету струке и науке САД нису баш сви „благонаклони“ у односу према питањима пословне етике и социјалне одговорности компанија. И док је предмет критике када је реч о пословној етици углавном концептуалне природе када је реч о социјалној одговорности компанија не тако ретко се оспорава и сама идеја.

Критике концептуалне природе, којима се не доводи у питање значај и оправданост пословне етике као предмета посебног научног истраживања, тичу се углавном претеране посвећености општим теоријским расправама. С тим у вези се наводи да пословна етика треба више да буде окренута могућим практичним решењима, а не да се практична питања разматрају у контексту идеално замишљеног друштва и једнако таквих институција.¹⁹ Други ниво критика, не тако изражен као претходни, односи се на минимизирање одређених нивоа са којих се пословно етичка питања разматрају, пре свега у академској јавности. Тако рецимо неки аутори наводе да централна питања пословне етике

16 William Frederick, „The growing concern over business responsibility“, *California Management Review*, бр. 2/1960, стр. 54–61.

17 Keith Davis, Robert L. Blomstrom, *Business and its environment*, New York, 1960, стр. 12.

18 Thomas M. Jones, „Corporate social responsibility revisited, redefined“, *California Management Review*, 1980, стр. 59–67.

19 Robert Solomon, „Business ethics“, у: Peter Singer (ed.), *A Companion to Ethics*, Malden, стр. 354–365; Nicholas Capaldi, „What Philosophy Can and Cannot Contribute to Business Ethics“, *Journal of Private Enterprise*, бр. 22(2)/2006, стр. 68–86.

не могу бити у тој мери усмерена ка позицијама директора или положају запослених у неколико хиљада највећих светских компанија широм света, чиме се маргинализује или бар у други план ставља огромна већина пословних људи и компанија на свету.

Што се тиче питања социјалне одговорности компанија оно се и као идеја о којој се уопште може академски расправљати оспорава више мање од времена настанка и то углавном од стране конзервативних економиста и неолиберала. У литератури се често цитира Фридманов (енгл. *Friedman*) став о социјалној одговорности као небулозној и субверзивној доктрини неспојивој са основним постулатима капиталистичког друштва. Аргументи које аутор при томе наводи су углавном следећи: прво, појединци су носиоци одговорности, не и корпорације; друго, корпоративни функционери су запослени да праве профит у складу са законом; треће, руководства компанија не треба да одлучују о социјалној одговорности као ни о социјалним инвестицијама јер је то посао владе; четврто, руководиоци компанија треба да користе тржишне, а не социјалистичко-политичке механизме како би доносили одлуке о алокацији сопствених ресурса.²⁰

IV Пословна етика у праву САД

Најчешће замерке пословној етици, као што је претходно и наведено, односе се у првом реду на оспоравање њене практичне корисности односно на суштински недостатак комуникације између теорије и праксе. Не ретко се у том смислу истиче да су „пословни етичари“ превише академци, или још горе, филозофи, те да језик њихове апстрактне етичке теорије углавном није разумљив обичном пословном свету, са мало или нимало филозофског знања. Тај свет, са друге стране, жели само да зна како да реши проблеме са којима се непосредно суочава. Отуда се од пословне етике захтева дефинисање принципа који су лако разумљиви, доступни и примењиви у обичном животу.²¹

Трагање за таквим принципима довело је до стварања више нормативних теорија чија је сврха управо била да одговоре захтевима пословног окружења. Њима се чини покушај „посредовања“ између високо апстрактних етичких начела и конкретних етичких дилема са

20 Milton Friedman, „The Social Responsibility of Business Is to Increase Its Profits“, *New York Times Magazine*, (September 13), 1970, стр. 122–125; William D. Keller, *The Essential of Business Law I*, New Jersey, 1991, стр.16.

21 Andrew Stark, „What’s the Matter with Business Ethics?“, *Harvard Business Review*, бр. 71/1993, стр. 38–40; Thomas Donaldson, Thomas W. Dunfee, „Integrative Social Contracts Theory: A Communitarian Conception of Business Ethics“, *Economics and Philosophy*, бр. 11/1995, стр. 85–112.

којима се суочавају људи у свим аспектима пословног живота. У овом смислу издвојиле су се три водеће нормативне теорије: акционарска теорија (енгл. *stockholder theory*), теорија заинтересованих група (енгл. *stakeholder theory*) и теорија друштвеног уговора (енгл. *social contract theory*). У најкраћем:

а) Према акционарској теорији предузећа су само аранжмани сходно којима једна група људи, акционари, додељује капитал другој групи људи, менаџерима, ради остваривања задатих циљева, а ради којих акционари и остварују свој власнички интерес у предузећу. Фидуцијарни однос између акционара и менаџера подразумева да менаџери не могу трошити ресурсе предузећа на начин на који нису овлашћени од стране акционара. Строго узевши менаџери су дужни да следе упутства акционара без обзира да ли су ови одлучили да затворе фабрику, да не исплаћују плате запосленима 90 дана, да послују (или не послују) са фирмама које имају седиште у земљама расистичких режима, да учине донацију локалној библиотеци или спортском клубу, без обзира како ће се то одразити на квалитет пословања. Ово међутим не значи да менаџери немају никакву одговорност: њихова одговорност се креће у границама закона и општих етичких принципа пословања у којим оквирима они морају стварати профит.²²

б) Према теорији заинтересованих група (актера) оптималан пословни успех компаније се најбоље остварује уважавањем интереса акционара али у исто време и клијената, добављача, менаџмента и локалне заједнице и то у процесу правилног разматрања и усвајања таквих политика које производе оптималну равнотежу међу њима. Уважавање интереса наведених група менаџерима и омогућава да испуне своју фидуцијарну обавезу према акционарима.²³

в) Према теорији друштвеног уговора сва предузећа су дужна да доприносе добробити друштва у складу са општим канонима правде и закона. То између осталог подразумева да предузећа делују тако да: 1) повећањем економске ефикасности, стабилизацијом нивоа производње и ширењем канала дистрибуције остварују корист за потрошаче; 2) константно раде на подизању прихода али и личне одговорности запослених; 3) воде рачуна о смањењу загађења и исцрпљивању природних ресурса, злоупотребама политичке моћи и уведу релевантну контролу над условима рада.²⁴

22 Norman E. Bowie, R. Edward Freeman, „Ethics and Agency Theory: An Introduction“, у: Norman E. Bowie, R. Edward Freeman (eds.), *Ethics and Agency Theory*, бр. 3/1992, стр. 3–4.

23 Edward Freeman, Darryl Reed, „Stockholders and Stakeholders: A New Perspective on Corporate Governance“, у: C. Huizinga (ed.), *Corporate Governance: A Definitive Exploration of the Issues*, 1983.

24 T. Donaldson, T. W. Dunfee, „Toward a Unified Conception of Business Ethics“, стр. 84.

Тешко је закључити, бар како се нама чини, да било која од три понуђене теорије може допринети суштинском разумевању теорије и праксе, што им је, како је претходно и наглашено, био основни циљ. Њима се додуше сужавају оквири примене општих етичких начела на одређене друштвене групе у њиховом интерактивном односу али принципи и правила понашања које би оне требало у таквим односима да следе нису довољно (или нису уопште) конкретизовани.

Према ставовима америчких правника неспорно је да се принципи пословне етике отелвотворују управо кроз право, посредством права али, са друге стране и да се правна правила постављају као минимум прихватљивог пословно етичког понашања. У том смислу најважнија правила пословне етике конкретизују се кроз опште обавезујуће правне акте као и интерна правила самих компанија, у оном делу у којем се право и етика подударују.²⁵ Ово уз напомену да између права и етике постоје и битне разлике, да и законито поступање компаније може бити неетичко, као и обрнуто.

Модерна историја пословне етике у САД не само да указује већ и потврђује ту нераскидиву везу права и пословне етике, везу у којој би чини се пословна етика, без свог експоненцијалног елемента, без права, могла у најбољем случају бити само општа филозофска дисциплина, без атрибута „примењена“, који се у њеном одређењу неизоставно користи. У прилог изнетој тези говори и истраживање које је 2005. године Америчка асоцијација менаџера (енгл. *American Management Association*) извршила међу својим члановима, а сходно којем је правна регулатива одређена као примарни фактор који утиче на пословну етику компанија. Иза ње су економско па онда политичко окружење.²⁶

Тешко би, разуме се, било говорити о свим правним актима у којима су одређени општи принципи пословне етике добили своју нормативну односно практичну димензију. Отуда ћемо се задржати на онима који су у смислу развоја пословне етике представљали најзначајније помаке у њеној савременој историји.

Први правни акт који је значајно подстакао и промовисао развој пословне етике био је Закон о грађанским правима из 1964. године (енгл. *The U. S. Civil Rights Act of 1964*). Овај закон наике садржи посебну главу која за предмет има правне норме којима се компанијама односно послодавцима уопште забрањује било какав вид дискриминације по основу расе, порекла, религијског или политичког уверења, пола или

25 L. R. Miller, G. Jentz, *нав. дело*, стр. 66.

26 „The Ethical Enterprise – Doing The Right Things In The Right Ways, Today and Tomorrow“, *A Global Study of Business Ethics 2005–2015*, доступно на адреси: www.amanet.org, стр. 3.

боје коже, укључујући и неједнако плаћање запослених по том основу.²⁷ Обзиром да закон за непоштовање наведених одредаба превдиђа високе казне, као и на то да су грађани добили могућност да угрожавање права законом потврђених остварују и преко државне Комисије за једнаке могућности запошљавања (енгл. *The Equal Employment Opportunity Commission / EEOC*), многе компаније су самоиницијативно конституисале посебне канцеларије људских ресурса водећи рачуна о поштовању његових одредаба.

Следећи значајан закон је Закон о безбедности и здрављу на раду из 1970. године (енгл. *The Occupational Safety and Health Act of 1970*) којим амерички Конгрес, као доносилац Закона, изражава своју намеру да „колико је то могуће, за сваког радног човека осигура безбедне и здраве услове рада и на тај начин очува сопствене људске ресурсе“.²⁸ На основу Закона основана је Управа за безбедност и здравље (енгл. *The Occupational Safety and Health Administration (OSHA)*) овлашћена да установљава и спроводи стандарде обезбеђења здравља и безбедности на радном месту.²⁹

Исте године, 1970, усвојен је и Закон о заштити животне средине (енгл. *The Environmental Protection Act of 1970*) којим се компаније обавезују да сnose трошкове минимизирања оних ефеката свог пословања који су се до тада сматрали екстерном последицом обављања делатности, као што су испуштање отровних отпадних вода или дима из димњака. У том смислу је такође основана федерална Агенција за заштиту животне средине (енгл. *The Environmental Protection Agency (EPA)*) са значајним овлашћењима како у сфери прописивања стандарда заштите животне средине тако и кажњавања.

Неретко су у САД закони у којима је снажно изражена „етичка нота“ бивали последица пословних скандала чији су актери биле америчке компаније. Један од таквих закона је и Закон о пракси корупције у иностранству из 1977. године (енгл. *The Foreign Corrupt Practices Act (FCPA) of 1977*).³⁰ који је усвојен као последица низа сличних скандала подмићивања страних лица од стране америчких компанија, укључујући и надалеко познату аферу фирме *Lockheed* која је довела до пада Владе

27 *Civil Rights Act of 1964 – CRA*, чл. VII – *Equal Employment Opportunities* – 42 *US Code*, поглавље 21.

28 Andrew D. Hosey, Ede Louise, *A Review of State Occupational Health Legislation*, Washington, January 1970.

29 Ashford A. Nicholas, *Crisis in the Workplace: Occupational Disease and Injury*, Cambridge, 1976.

30 Слободан Ненадовић, „Основни ризици међународног пословања из угла америчког права – посебно *Foreign Corrupt Practices Act (FCPA)*“, *Право и привреда*, бр. 5–8/2006, стр. 706–712.

Јапана.³¹ Наведени закон се у САД сматра историјским обзиром да по први пут нормира поступање домаћих компанија у иностранству. Њиме се забрањује компанијама да плаћају велике суме новца (или дају еквивалентне вредности) високо позиционираним владиним службеницима других земаља ради обезбеђивања привилегованог положаја. Мада је један број домаћих компанија следећи Закон, или чак пре његовог усвајања, усвојио политику забране плаћања мита као етички принцип ипак је већина предузећа била критички настројена према њему. Ово уз аргумент да његовим усвајањем постају неконкурентни на страним тржиштима, односно на оним страним тржиштима где је добијање посла условљено давањем мита. Оваква аргументација није допринела укидању или измени Закона али је мотивисала Владу САД да и од других земаља тражи усвајање сличних прописа што је тек 20 година касније резултирало усвајањем *OECD* Конвенције против корупције.³²

Посебан допринос развоју пословне етике кроз аутономно усвајање и имплементацију етичких правила понашања дају и америчке компаније. Још 1978. године Џенерал Моторс (енгл. *General Motors*) и група других компанија усвајају тзв. Саливанове принципе који су определили њихово будуће пословање у Јужној Африци. Компаније су се на овај начин обавезале не само да у пословању неће следити дискриминаторску и репресивну апартхејд легислативу већ и да ће лобирати код Владе Јужне Африке у смислу промене такве политике. Мада усвојени као реакција америчких компанија на снажне притиске јавности Саливанови принципи постају модел образац који су компаније касније примењивале и у многим другим сличним ситуацијама.³³

До 1980. године многе компаније су усвојиле посебне етичке кодексе и у том погледу институционализовале обуку својих запослених. На такво поступање су делом биле и посредно обавезиване низом нежељених последица које су уследиле као резултат њиховог пословања широм света. Тако је рецимо несрећа која се десила 1984. године у погонима компаније *The Union Carbide* у Индији, а која је исходила смрћу више хиљада људи и повређивањем њих неколико стотина хиљада фокусирао не само америчку већ и светску пажњу на пословање хемијске индустрије. Водеће светске фирме су тим поводом усвојиле стандарде

31 Види више на: http://www.agsm.edu.au/bobm/teaching/BE/Cases_pdf/International_business_Locheed.pdf.

32 Енгл. *Convention Against Corruption* у ОЕЦД усвојена 1997. године, а у УН 2003. године.

33 1999. године, више од 20 година након усвајања Саливанових принципа и 6 година након окончања апартхејда, свештеник Леон Саливен и тадашњи Генерални секретар УН Кофи Анана, заједно су представили ревидиране „Глобалне Саливанове принципе“.

етичког понашања познате као *Responsible Care* који су такође постали модел за друге индустријске области.³⁴

Тренд усвајања кодекса пословне етике не само да је охрабрен већ је правно и подржан од стране Владе САД. Њен допринос у том смислу остварује се 1991. године када је владина Комисија за казне (*Sentencing Commission*) усвојила Федералне казнене смернице за организације (енгл. *U. S. Federal Sentencing Guidelines for Organizations*, даље: Смернице). Ове тзв. Корпоративне смернице за сврху имају, фигуративно речено, практично партнерство између Владе и пословне заједнице у погледу превенције тзв. криминала белих крагни. Смернице нису обавезујуће, оне само пружају подстицај компанијама да у своју организациону структуру уграде механизме и процедуре за спречавање и откривање неетичког и нелегалног поступања. Одговарајуће мере у том смислу укључују постојање етичког кодекса поступања, особу чији је посао да надгледа његово спровођење, спровођење етичког програма обуке запослених, ефектуирање одговарајућег механизма за праћење и надзор, као што је рецимо СОС телефон. Уколико то ураде, односно уколико докажу да су успоставиле веродостојну и функционалну структуру ради спречавања неетичког и незаконитог поступања, евентуално изречене новчане казне, чији је максимум чак 290 милиона долара, могу бити смањене и до 95 процената. Велики број великих компанија у релативно кратком периоду прихвата Смернице и поступа у складу са њиховим захтевима што временом доводи и до формирања посебног корпоративног положаја, корпоративног службеника за етику, а недуго потом и до оснивања Удружења корпоративних службеника за етику.

Један од најновијих законских подстицаја компанијама да уграде и имплементирају етичке кодексе за своје запослене на свим нивоима је и тзв. *Sarbanes-Oxley Act* из 2002. године.³⁵ Усвојен је као реакција на низ великих корпоративних и рачуноводствених скандала у које су биле укључене на далеко познате америчке компаније као што су *Enron*, *Tyco International*, *Adelphia*, *WorldCom* и друге. Закон између осталог поштрава одговорност директора и финансијских директора компанија обавезујући их да као одговорна лица својим потписима потврде исправност и тачност финансијских извештаја компанија, налаже јавно објављивање таквих извештаја, проширује независност и

34 *Responsible Care: A Case Study of a Voluntary Environmental Initiative*, Carleton University, School of Public Policy and Administration, September 2007, Retrieved 2010-11-12).

35 Интересантно је да је закон усвојен под различитим називима у Сенату (енгл. *The Public Company Accounting Reform and Investor Protection Act*) и Представничком дому (енгл. *Corporate and Auditing Accountability and Responsibility Act*) али је ипак најпознатији под називом *Sarbanes-Oxley Act*, *Sarbox* или *SOX*.

овлашћења спољних ревизора и повећава надзорну улогу одбора (борда) директора.³⁶

Претходно наведени закони и аутономна правила компанија нису једини акти кроз које се општа правила пословне етике испољавају у реалном животу као обавезујуће правне норме. Али без обзира на њихов број и предмет регулативе за одређене ситуације је понекад изузетно тешко, кад кад и немогуће, унапред одредити које се то и какво конкретно поступање може сматрати пословно етичким односно неетичким, што за саме компаније, као и кориснике њихових роба и/или услуга, ствара додатне недоумице и дилеме. Рецимо: у праву САД се од сваког произвођача и продавца робе захтева да упозори потрошача на врсте повреда које могу бити резултат неправилног коришћења производа, изузев када је ризик јасан и очигледан. Оштар нож је добар пример ствари која очигледно може повредити корисника па је овде извесно реч о изузетку у односу на опште утврђено правило. Понекад, међутим, произвођач и продавац ствари немају могућност да предвиде да ли је у погледу коришћења одређене ствари коју производе (продају) конкретан ризик јасан и очигледан односно да ли уопште и на који начин на то треба упозорити кориснике. Ако би у оваквим ситуацијама, а услед различите перцепције у вези изостанка или неадекватности упозорења, између корисника производа и његовог произвођача односно продавца настао спор онда би одлуку у сваком појединачном случају морао донети суд.³⁷ Ово практично значи да у формирању конкретних правила пословне етике у САД велику улогу имају и судови, што је посебно важно ако се има у виду карактер њихових пресуда у англосаксонском праву. Отуда су доносиоци важних одлука у компанијама дужни да пажљиво

36 Catharine Shakespeare, „Sarbanes–Oxley Act of 2002 Five Years On: What Have We Learned?“, *Journal of Business & Technology Law*, 2003, стр. 333.

37 Компанија *Lane Limited/Tobacco Exporters International* (даље: *Lane*) је продавала конзерве плина за упаљаче на којима је било написано упозорење: „Не удиши спреј.“ Двадесетједногодишњи *Stephen Pavlik* је умро након што је случајно инхалиран садржајем конзерве па је његов отац *George Pavlik* тужио компанију *Lane* тврдећи, између осталог, да корисници на конзервама плина за упаљаче нису на одговарајући начин упозорени на ризик од инхалације плинком. У скраћеном поступку суд је одлучио у корист тужене стране наводећи да је преминули морао бити свестан опасности од инхалације плина и да евентуално детаљаније упозорење не би одлучујуће руководило његово поступање. Поступајући по жалби Апелациони суд је нашао да је упозорење на конзерви плина одговарајуће са становишта права али да ипак не даје могућност уочавања озбиљне природе опасности која може настати инхалацијом, случајном или на било који други начин. Отуда је Апелациони суд одлучио да је у конкретном случају реч о правном питању о којем се у редовном, а не скраћеном поступку, мора изјаснити порота. Вид. *Unuted States Court of Appeals, Third Circuit*, 1998, 135 F.3d 876, доступно на адреси: www.findlaw.com/cascode/courts/3rd.html.

процењују различите ситуације и евентуалне консеквенце из перспективе пословне етике. Генерално, од њих се захтева да поступају у доброј вери и одговорно у складу са околностима.

Сложеност односа између права и пословне етике поред свега већ реченог додатно подстиче и крајња хетерогеност друштвених односа које компаније регулишу својим етичким правилима или, у недостатку таквих правила, сопственом пословном политиком. Некада се наине таква правила различито перципирају у јавности, некада компаније као неетичка одређују иначе законита понашања као што некада ужа или шира јавност има благонаклон став према експлицитно незаконитим поступцима. Ево неколико примера с тим у вези.

Позната америчка компанија *Marriott Corporation* усвојила је обухватне етичке стандарде обавезујуће за све запослене. Један од њих је и Кодекс облачења сходно којем жене не могу да носе сукње краће од 4 инча изнад колена нити да показују гола рамена док мушкарци не могу носити косу која им досеже до оковратника (осим из верских разлога) нити смеју носити минђуше. Очигледно је да евентуално неетичко понашање запослених у *Marriott Corporation* не само да није незаконито већ је чак пожељно када је реч о запосленицима у неким другим компанијама и некој другој врсти посла.³⁸

Оваквих случајева, случајева када се од стране одређених друштвених група или компанија законито поступање третира као неетичко у пословној стварности САД има на претек.³⁹ Постоје међутим, као што је раније и наглашено, и супротни примери. Они у којима се незаконито поступање не перцепира као неетичко. Рецимо, амерички федерални Закон о ауторском праву (енгл. *The Copyright Act*) забрањује, баш као и сви истоврсни закони широм света, неовлашћено коришћење компјутерских софтвера (софтверску пиратерију). Ипак, чак и у САД још увек изузетно велики проценат грађана сматра да нелегално коришћење софтвера, а посебно неких других ауторских дела (музике, филмова) није неетич-

38 Susan M. Anstead, *Law Versus Ethics in Management*, Maryland, 1999; Human Resources in Technology Organizations, Summer 1999, доступно на адреси: <http://ansteadsue.tripod.com/ethics.htm>.

39 Неке радничке групе у САД неетичком, мада не и незаконитом, су оцениле пословну политику компаније *Nike* у њеним фабрикама измештеним у Индонезији и неким другим областима. Та компанија је наине запосленим Индонезјанима плаћала 4,25 \$ на дан док је у исто време (1996. године) као промотеру *Nike* патика Мајклу Џордану (енгл. *Michael Jordan*) плаћала 20 милиона долара годишње. Критичари овакве пословне политике су израчунали да је Џорданова зарада већа од годишње зараде 20.000 радника у Индонезији што је велика већина Американаца оценила неетичким. Вид. David F. Murphy, David Mathew, *Nike and Global Labour Practices – A case study prepared for the New Academy of Business Innovation Network for Socially Responsible Business*, доступно на адреси: www.bollettinoadapt.it/.../documento5282.ht.

ко поступање. На ово указује и податак из 2012. године према којем се у САД користи 20 процената нелегалних софтвера.⁴⁰

Конечно, велики допринос развоју пословне етике у САД даје и правна наука, посебно пословно право. Пословна етика је наиме у тој државни редовни део високошколских уџбеника и наставе из области пословног права што је ван сваке сумње не само драгоцен образовна инвестиција већ и непосредан доказ ранга и значаја овог питања у укупном образовном систему. Амерички правници ипак, имајући пре свега у виду комплексну природу пословне етике као „примењене етике“, углавном избегавају правно одређење овог појма. И када га дају онда то чине више мање посредно наводећи да је пословна етика фокусирана на одређење правилног или неправилног поступања у пословном свету као и на питања како су то морал и етички принципи примењени од стране учесника у пословним односима у ситуацијама које се дешавају у њиховим свакодневним активностима. При томе постоји општа сагласност да су императивне законске одредбе тек минимум етичког пословног понашања.⁴¹

Много чешћи је међутим приступ у којем се, поред или чак без посредног одређења правног појма пословне етике, говори о њеној садржини и то кроз одређене правно-етичке принципе пословног понашања компанија. Неки од најважнијих таквих принципа су следећи: избегавајте експлоатацију потрошача (не варати и не искоришћавати потрошаче користећи лошу пословну праксу као што је неоправдано повећавање цена); избегавајте профитерство (због похлепе или остваривања претераног профита не гомилајте робу и не користите канале продаје на црном тржишту, немојте продавати робу чија је продаја забрањена или може нанети штету потрошачима); подстичите здраву конкуренцију; немојте кварити имиџ конкурената на нефер начин; обезбедите тачност у мерењу, паковању и квалитету своје робе; плаћајте порез регуларно; омогућите ревизију својих финансијских извештаја, водите уредну евиденцију својих рачуна и учините их доступним јавности; обезбедите фер и хуман третман према запосленима; уредно информишите акционаре и инвеститоре о важним пословним одлукама; избегавајте неправду и дискриминацију према запосленима у било ком виду; без мита и корупције; обесхрабрите тајне споразуме и немојте их сами чинити са другим компанијама; поштујте правило „прво услуга, тек онда профит“; избегавајте монопол; испуњавајте очекивања клијената и поштујте њихова права; оптимално користите ресурсе.⁴² Уколико се претходно

40 Податак доступан на адреси: www.nationmaster.com/graph/crime/crime-software-piracy-rate.

41 L. R. Miller, G. Jentz, *нав. дело*, стр. 62-66.

42 W. D. Keller, *нав. дело*, стр. 12-14.

наведени принципи, као и други слични њима, пореде са чиниоцима који су према ставовима америчких компанија од највеће важности да би оне своје послове водиле у складу са правилима пословне етике (заштита брэнда и репутације, потреба да се „раде исправне ствари“ (енгл. *Right Thing To Do*), поверење и лојалност клијентеле, поверење инвеститора, прихватање и препознавање од стране јавности) није тешко утврдити њихову међусубну комплементарност.⁴³

V Закључак

Пословна етика се као предмет озбиљног академског истраживања у САД развија у последњих 30-ак година. Мада не једино, право је основно средство које ову форму „примењене етике“ из апстрактног претвара у конкретно, из теоријског у практично. При томе су најзначајнији извори права у овој области закони, судске пресуде као и аутономни извори, пре свега етичка правила и кодекси етике које доносе саме компаније.

Општа сагласност међу америчким правницима постоји у вези тога да законска правила представљају минимум етичког поступања пословних субјеката. Са друге стране бескомпромисна трка за профитом по сваку цену у стварности за многе компаније на тај начин одређен минимум пословно етичког поступања претвара у недостижни максимум. На то указују бројни пословни скандали у које су у даљој или ближој прошлости, у унутрашњим оквирима или у иностранству, биле умешане америчке компаније. Оваква су дешавања међутим увек коришћења од стране јавности и бројних интересних група (радничких, еколошких, потрошачких) за поновно актуелизовање проблема пословне етике и готово су без изузетка за последицу имала квалитативно побољшање како у правној регулативи одређених области тако и у промени пословне политике компанија. Овакав тренд пружа поуздана уверавања да ће САД и у будућности бити у врху држава које питању пословне етике не само као теоријском већ и као практичном питању посвећују изузетно велику пажњу. Евидентно је у исто време да ће не само америчке већ и компаније широм света уколико у истину желе да покажу (и докажу) своју приврженост принципима пословне етике морати и у садашности, још више у будућности, доста тога да мењају у сопственим пословним манирима.

43 *The Ethical Enterprise – Doing The Right Things In The Right Ways, Today and Tomorrow, A Global Study of Business Ethics 2005–2015*, доступно на адреси: www.amanet.org, стр. 2.

Slobodan NENADOVIĆ, PhD
College of Applied Business Studies, Valjevo

SOME PERSPECTIVES ON BUSINESS ETHICS IN THE USA LAW

Summary

In this article the author examines a development of the institute of business ethics from the perspective of the United States law. As an area of “applied ethics”, business ethics in this country has had a rich history, and today it is the area in which both the professional community and local companies are very interested. Although there is a strong and unbreakable bond between the law and business ethics, companies must assess not only what is legal but also what their employees and a society as a whole consider ethical. Hence, the compliance with legal norms is treated as a “business ethical minimum” of their behavior.

Key words: *business ethics, applied ethics, law, companies.*