

Христина ВОЈВОДИЋ*

ЕКОЛОШКИ ДРУШТВЕНО ОДГОВОРНО ПОСЛОВАЊЕ¹

Резиме

Аутор у раду настоји да укаже на значај еколошки друштвено одговорног пословања, његову промоцију и развој. Посебан акценат је стављен на улогу компанијског права у процесу достизања одрживог развоја. У самом раду је указано на одређене институте компанијског права, који могу допринети имплементирању еколошки друштвено одговорног пословања у свакодневно пословање компанија. Најзад, аутор се осврће на дилему да ли еколошки друштвено одговорно пословање треба да буде добровољно регулисано или наметнуто учесницима на тржишту.

Кључне речи: еколошки друштвено одговорно пословање, друштвена одговорност, корпоративно управљање, одрживи развој, кодекс корпоративног управљања.

І Дефинисање појма

Како би појам еколошки друштвено одговорног пословања био дефинисан неопходно је прво дефинисати, одредити и разумети појмове одрживог развоја и друштвене одговорности, односно друштвено одговорног пословања. Одрживи развој је концепт који се најчешће дефинише онако како је и представљен први пут у извештају Светска комисије за животну средину и развој у извештају из 1987. године „Наша заједничка будућност“: „Одрживи развој је развој који задовољава потребе садашњице, не доводећи у питање способност будућих генерација да задовоље властите потребе“.² За разлику од традиционалних заштитника животне

* Мастер права, Правни факултет Универзитета у Београду

1 Рад представља прилагођени део завршног рада на мастер студијама на Правном факултету Универзитета у Београду, модул Пословно право

2 World Commission on Environment and Development, Our Common Future, UN GA Res A/42/427 (1987), доступно на адреси: <http://www.un-documents.net/ocf-02.htm#IV>, 12.12.2017.

средине, који су се залагали искључиво за „очување природе“, одрживи развој тежи интеграцији еколошких, социолошких и економских циљева.³ Дакле, у контексту заштите животне средине, одрживи развој значи да се не посматра изоловано један однос, а то је однос људи према природи, већ је неопходно посматрати и односе међу стејкхолдерима у односу на ограничене ресурсе и дистрибуцију еколошких користи и терета.⁴ Такође, битно је одредити значење одрживог развоја посматраног кроз компанијско право. У компанијском праву одрживи развој представља прилаз који комбинује економске, еколошке и социјалне интересе унутар кохерентне пословне стратегије.⁵

Термин „друштвено одговорно пословање“ је релативно нов термин, али не може се тврдити да је тек након почетка употребе овог термина покренута академска расправа о односу друштва и компанија, односно о утицају пословне заједнице на друштво и социјалној димензији пословања привредних субјеката.⁶ Овим проблемима се пре свега бавио пословни менаџмент кроз изучавање пословне етике, али и социологија, економија, право, политичке науке, историја и теологија. Ипак, друштвено одговорно пословање схваћено у смислу којем данас познајемо је творевина XX века, настала као продукт развоја мултинационалних

-
- 3 Тежи одговорном балансу између потребе за експлоатацијом природних ресурса у циљу економског развоја и неопходности здраве животне средине за опстанак свих живих бића. Benjamin J. Richardson, Beate Sjøfjell (eds.), *Company Law and Sustainability - Legal Barriers and Opportunities*, Cambridge University Press, Cambridge, 2015, 20.
 - 4 Како би концепт друштвене одговорности био правилно схваћен, потребно је прихватити најширу дефиницију стејкхолдера те их посматрати као организације или појединце који имају један или више интереса у било којој одлуци или активности компаније. Дакле, чињеница да интереси стејкхолдера могу потенцијално бити угрожени актима компаније, довољна је за успостављање везе међу њима, без захтева да та веза буде формална (у виду неког уговора, конкретне повреде права..). Са тим у вези, компаније неће увек бити свесне свих својих стејкхолдера, а исто тако много стејкхолдера неће бити свесно потенцијала компанија да утиче на њихове интересе и угрози њихова права.
 - 5 Одређени аутори сматрају како постоји одређена доза иреализма у теоријама друштвено одговорног пословања, зато што се оне налазе „разапете“ између урођеног утилитаризма (друштвено одговорно пословање као стратегија за убирање профита) и хуманизма (друштвено одговорно пословање као служба друштву). Више о томе вид: Marie-France B. Turcotte, Anne Salmon, „Responsabilité sociale d'entreprise et gouvernance“, *Presses de l'Université du Québec*, 2005, 218.
 - 6 Концепт друштвене одговорности има дугу историју у контексту индустријског капитализма, где су се још у 19. веку појавили први покрети за побољшање услова рада. Januarius J. Asongu, "The History of Corporate Social Responsibility", *Journal of business and Public Policy* 1, 2007, 12.

корпорација и глобализације тржишта, у којем се његово дефинисање креће у оквирима одређеним спојем три димензије: економског развоја, екологије и људских права.⁷ У литератури ни данас не постоји сагласност поводом дефинисања друштвено одговорног пословања. Постоји сагласност да је друштвена одговорност „обавеза према друштву“, али не и сагласност око природе и обима те обавезе.⁸ Ипак, чини се да је, генерално посматрано, друштвено одговорно пословање виђено као скуп добровољних активности учињених од стране компаније, у циљу пословања на економски, друштвено и еколошки прихваћен начин. Друштвено одговорно пословање се може посматрати као начин на који компаније интегришу социјалне, еколошке и економске интересе у њихове вредности, културу, доношење одлука, стратегије и операције – на транспарентан и одговоран начин, и тиме успостављају бољу праксу у оквиру фирме, стварају богатство и унапређују друштво у целини.⁹ Дакле, то је један скуп правних и моралних обавеза које привредно друштво треба да интегрише у своје пословање да би било сматрано за „узорног грађанина“ у датој средини.¹⁰

7 Michael Blowfield, Jędrzej G. Frynas, „Setting new agendas: Critical perspectives on Corporate Social Responsibility in the developing world”, *International affairs*, 2005, 499-513, У том модерном смислу први је значење овог термина дефинисао Н.Р. Bowen, а након њега, велику популарност је стекла и Carroll-ова пирамида, у којој он класификује обавезе компаније према друштву у четири категорије: економске, правне, моралне и филантропске. Он тврди да, пошто је компанија економски субјект, њена основна обавеза је економска, те мора производити добра и пружати услуге, а притом остваривати профит. Компаније морају пословати у оквиру права, тако да су правне обавезе такође основне, те оне морају поштовати законе и прописе како би били „узорни грађани“. Моралне обавезе су оне које друштво очекује од компаније, али нису правно кодификоване. Најзад, филантропске обавезе су оне које компанија чини добровољно у циљу побољшања свеопштег добра. Више о томе вид. Mark S. Schwartz, Archie B. Carroll, „Corporate Social Responsibility: A Three-Domain Approach“, *Business Ethics Quarterly*, Vol 13, Issue 4, 2003, 503-530.

8 Craig N. Smith, „Corporate Social Responsibility: Whether or How?“, *California Management Review*, 2003, 53. Треба разумети да се дефиниције и границе друштвено одговорног пословања образују под утицајем економског и пословног окружења, вид: Ida E. Berger, Peggy H. Cunningham, Minette E. Drumwright, „Mainstreaming Corporate Social Responsibility: Developing Markets for Virtue“, *California Management Review*, 2007, 155. Чини се да баш непостојање консензуса о обиму и садржају друштвене одговорности доводи до широког спектра различитих еколошких пракси и стратегија од стране компанија, које су најчешће кратког века и недоследне.

9 *Ibid*, 133.

10 Jean Pasquero, „La responsabilité sociale de l'entreprise comme objet des sciences de gestion“, *Presses de l'Université du Québec*, 2005, 80.

Пре свега треба имати у виду да еколошки друштвено одговорно пословање представља једну ужу целину унутар друштвено одговорног пословања, и да њихов однос јесте однос општег и посебног, односно да се еколошки друштвено одговорно пословање мора посматрати кроз опште стандарде, принципе и схватања друштвене одговорности компанија. Еколошки друштвено одговорно пословање можемо дефинисати као пословање компаније на основу којег она има обавезу да предузме разумне кораке како би се уздржала од загађења животне средине, и тамо где је могуће, помогла другима да ураде исто, уз могућност проширивања пасивне обавезе уздржавања од загађења животне средине и на активну обавезу побољшања еколошких услова.¹¹ Одређени аутори еколошки друштвено пословање дефинишу и као дугачак низ пракси и стратегија које компанија развија како би створила и развила однос са бројним стејкхолдерима и природом.¹² Дакле, еколошки друштвено одговорна компанија је она компанија која не само да поштује националне и међународне еколошке норме, већ има и додатни циљ а то је поштовање еколошких ограничења и могућности за њен развој.¹³

II Улога компанијског права

У компанијско правној литератури је широко прихваћено мишљење да су еколошки стандарди и прописи резервисани за регулативу путем других (спољних) прописа и да не треба да буду инкорпорирани у компанијскоправну регулативу.¹⁴ Начелно, компанијско право не регулише односе између компаније и шире друштвене заједнице, већ се фокусира на регулисање статусних питања привредних друштава и односа изме-

11 B. J. Richardson, B. Sjøfjell, 39.

12 Jordi Surroca, Josep A. Tribó, Sandra Waddock. "Corporate responsibility and financial performance: The role of intangible resources", *Strategic management journal*, 2010, 464.

13 B. J. Richardson, B. Sjøfjell, 26. Важно је осврнути се и на регулативу Европске уније, када је у питању дефинисање еколошки друштвено одговорног пословања. Наиме, Европска комисија је 2001. године објавила *Зелени документ* (Commission of the European Communities, Green Paper -Promoting a European framework for Corporate Social Responsibility, 2001), у којем су описани концепти и конструкције које су помогле у успостављању и убрзању заједничких истраживања тема еколошки друштвено одговорног пословања у контексту друштвено одговорног пословања. Европска комисија је у својој комуникацији *A Renewed EU strategy 2011-14. For Corporate Social Responsibility*, означила друштвену одговорност компаније као „одговорност компаније за њене утицаје на друштво“ (European Commission, A Renewed EU Strategy 2011-14 for Corporate Social Responsibility, 2011, 6). Значај ових докумената јесте у томе што су помогли да се, донекле, створи неки „заједнички језик“ и скуп смерница и упутстава за пословну и истраживачку заједницу.

14 B. J. Richardson, B. Sjøfjell, 5.

ђу мањинских и већинских акционара, власника и компаније, компаније и њених поверилаца и процесе доношења одлука у компанији.¹⁵ Ипак, одређени аутори виде као нормативну сврху компанијског права стварање и увећање друштвеног благостања, кроз увећање добробити акционара, запослених, добављача и потрошача, без непотребних жртви, а ако је могуће и са користима за трећа лица, локалну заједницу и природу. Уз то они истичу како се компанијско право бави проблемом управљања компанијама, њиховог односа према субјектима директно заинтересованим за њихово пословање, тзв. стејкхолдерима, те изналажењем најбоље структуре органа и система унутар и између њих још од појаве првих претеча модерних компанија, почетком 17.века.¹⁶ Чини се да модерно еколошко право има ограничен успех, упркос напорима законодавства, судија и осталих учесника посвећених дугорочном бољитку наше планете. Еколошко право се фокусира на санкционисање главних, односно директних, загађивача (оних највидљивијих, као што су, на пример, фабрике или рудници), а занемарује њихове финансијере, и тиме не елиминише проблем у зачетку, те тако држава санкционисањем само највећих (директних) загађивача, оставља довољно простора осталим учесницима на тржишту да несметано развијају економију.¹⁷ Јасно је да се државе приликом избора начина на који ће регулисати питања из области еколошког права сусрећу са два супротстављена интереса. Први подразумева потребу за економским развојем, који доноси моменталне користи, али са друге стране, подразумева експлоатацију природних добара, а други подразумева неоспориву потребу за заштитом животне средине, уз користи које су видљиве најчешће тек на дуг рок. Ипак, треба бити свестан да ће неки велики пројекат (поготово ако доноси нова радна места и друге економске користи) јако ретко бити заустављен из разлога потребе заштите животне средине. Овакав сценарио је практично немогућ у земљама у развоју (као што је Србија), где су нова радна места и економски развој преко потребни. Важно је поменути још један феномен који је

15 Beate Sjøfjel, Andrew Johnston, Linn Anker-Sørensen, David Millon, „Shareholder primacy: the main barrier to sustainable companies“, *Company Law and Sustainability - Legal Barriers and Opportunities* (eds. Benjamin J. Richardson, Beate Sjøfjell), Cambridge University Press, Cambridge, 2015, 81.

16 Мирко Васиљевић, *Корпоративно управљање- правни аспекти*, Правни факултет, Београд, 2007, 19.

17 B. J. Richardson, B. Sjøfjell, 14. Функција еколошког права остаје ограничена на ублажавање најгорих експеса, уместо да суштински трансформише систем. Уз то, најчешће су најопасније еколошке последице окарактерисане као „виша сила“, те су загађивачи, неретко, остајали ван домашаја правне одговорности.

посебно значајан за земље у развоју. Наиме, јако често се јавља невероватан политички притисак и лобирање великих компанија, усмерено ка онима који треба да примене прописе (држави), те често јако квалитетни прописи остају само „мртво слово на папиру“. Уколико се на све то дода и корупција, као једна од главних „бољки“ земаља у развоју, добија се једна јако комплексна и нимало обећавајућа средина за примену еколошких прописа.¹⁸

Чини се да је класична методологија еколошког права, у супротности са пословним светом, те гуши предузетнички дух и оптерећује учеснике на тржишту, превише је комплексна, строга, скупа, неефикасна и недовољна, а административни трошкови су енормни.¹⁹ Стога, јасно је да такав систем не функционише (бар не самостално) и да постоји потреба да тржиште и учесници на тржишту преузму део одговорности за проблеме везане за заштиту животне средине. Јасно је да пословање привредних друштава у оквирима каквим је до сада било није решење, и да је потребно направити корените промене, пре свега кроз промену улоге компаније у друштву.²⁰ Овакву корениту промену није могуће извести искључиво прописима којима се регулише заштита животне средине, већ је неопходно фокусирати се на саме процесе доношења одлука, а не искључиво на потенцијалне последице.²¹ Такође, битно је скренути пажњу на то да потреба да се одређена питања у вези са еколошки друштвено одговорним пословањем регулишу на нивоу компанијског права, не значи да одређена питања треба да пређу из надлежности прописа који регулишу заштиту животне средине у надлежност компанијског

18 На листи „Worldwide Governance Indicators“ Србија има процену управљања у области контроле корупције -0,24 (у распону од приближно -2,5 (слаба контрола) до 2,5 (јака контрола)). Више о томе вид. на интернет адреси: <https://data.worldbank.org/data-catalog/worldwide-governance-indicators>, 10.07.2017.

19 Вид. В. Ј. Richardson, В. Sjøfjell, 15. Еколошко право углавном забрањује загађење изнад одређеног нивоа, али детаљна *ex ante* регулатива не може натерати компаније да мисле креативно и независно о одрживом развоју.

20 Улога компанија се доста изменила у претходним годинама, оне сада врше послове које је држава некада. Surya Deva, „Sustainable Development: What Role for the Company Law?“, *International and Comparative Corporate Law Journal*, 2011, 83.

21 Уосталом, и самим Уговором о функционисању Европске уније, чланом 11, прописана је обавеза интегрисања еколошких правила у све гране права и све секторе Европске уније. Више о томе вид.: The treaty on the functioning of the European Union, доступно на адреси: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:12012E/TXT&from=EN>, 12.01.2018.

права, већ овакву регулативу треба посматрати као допуњујућу већ постојећим прописима.²²

Уколико прихватимо мишљење да је неопходно да еколошки друштвено одговорно пословање буде инкорпорирано у компанијско-правну регулативу, следеће логично питање које се поставља јесте начин на који ће еколошки друштвено одговорно пословање бити регулисано компанијским правом. То се може учинити увођењем или реформисањем одређених института компанијског права: Прво, увођењем посебне дужности директора компаније да приликом доношења пословних одлука мора да узме у обзир и утицај који таква одлука има/може да има на животну средину. Друго, прецизирањем сврхе и циља компаније, чиме ће се одредити смерница директорима приликом доношења одлука. Треће, укључивањем стејкхолдера у процес доношења одлука, или тако што ће одређени представници стејкхолдера бити чланови управног одбора и тиме бити директно укључени у процес доношења одлука, или тако што ће бити успостављен неки комитет стејкхолдера, чиме ће они индиректно утицати на процес доношења одлука. Четврто, увођењем одређеног система извештавања и откривања података везаних за еколошки друштвено одговорно пословање.²³ Чини се да ни један систем самостално не може довести до жељених резултата, већ је неопходно комбиновати ове моделе како би се добио најбољи резултат. Поред наведених примера, од утицаја на мотивисаност управе да еколошки друштвено одговорно послује могу бити прописи везани за разрешење управе (што је лакше акционарима да је разреши, то ће она мање бити мотивисана да доноси „непопуларне одлуке“ које умањују профит акционара), затим прописи који регулишу преузимање компанија (уколико су прописи који регулишу преузимање привредних друштава такви да омогућавају лако преузимање на тржишту, управа неће имати подстицај да доноси одлуке које ће умањити вредност акција, због потенцијалне добробити на дуг рок, јер уколико се смање цене акција, утолико је друштво погодније за преузимање, што ствара притисак на управу јер преузималац, у већини случаје-

22 S. Deva, 85. Овакав став дели и Европска комисија која је у децембру 2012. објавила Акциони план о Европском компанијском праву и корпоративном управљању, који има поднаслов „Модерни правни оквир за ангажованије акционаре и одрживе компаније“. Ово указује да је тренутни фокус Европске комисије на промоцији одрживог развоја и улоге коју компаније у њему имају, а све у оквирима компанијског права.

23 S. Deva у раду прави дистинкцију између четири начина на који компанијско право може да регулише еколошка питања и то су модел дужности (*duty model*), модел циља/сврхе компаније (*purpose model*), модел структуре (*composit model*) и модел извештавања или откривања података (*reporting or disclosing model*). S. Deva, 87.

ва, преузимањем привредног друштва смени управу). У наредном делу рада, аутор се посебно осврће на одређене институте компанијског права, који могу допринети промоцији и инкорпорирању еколошки друштвено одговорног пословања у свакодневно пословање компанија.

1. Увођење посебне дужности директора

Један од начина на који компанијско право може да утиче на сам процес доношења одлука директора јесте увођењем посебне дужности директора да узме у обзир интерес стејкхолдера за здравом животном средином приликом доношења својих одлука (*посебна дужност еколошке пажње*). Пример посебне дужности еколошке пажње у упоредном праву можемо наћи у *Company Act-у* (2006), члан 172 (1), којим се прописује дужност директора „да унапређује успех компаније“, при чему мора узети у обзир „утицај пословања компаније на друштво и животну средину“.²⁴ Српски Закон о привредним друштвима прописује две дужности: дужност пажње и дужност лојалности. Дужност пажње је прописана као дужност лица да извршавају своје послове савесно, са пажњом доброг привредника и у разумном уверењу да делују у најбољем интересу друштва. Посебност интереса привредног друштва не чини укупност свих других појединачних интереса, већ је то *sui generis* интерес.²⁵ Дакле, српско право садржи једну уопштену одредбу којом се намеће обавеза директору да делује у најбољем интересу друштва, под коју се може подвести и еколошки друштвено одговорно пословање, ако се узме у обзир да је дугорочни интерес друштва свакако заштита животне средине. Ипак, како ће у наредном делу рада бити појашњено, оваква обавеза је дискрециона и склона тумачењима, те можемо закључити да у српској позитивно правној регулативи не постоји изричита обавеза директора да доноси одлуке у складу са еколошким стандардима.

24 Поред тога, члан 417. Прописује обавезу директора да приложи, поред Извештаја директора, и Преглед пословања који мора да садржи, између осталог, информације о питањима везаним за животну средину, односно утицају пословања компаније на животну средину. Уколико нису наведене све информације о утицају пословања на животну средину, компанија мора навести која од њих недостаје.

25 Мирко Васиљевић, *Компанијско право*, Удружење правника у привреди Републике Србије, Београд, 2015, 121. Иако можемо наћи у упоредном праву примере посматрања интереса компаније као укупност свих конститутивних интереса компаније, концепт прихваћен у Закону о привредним друштвима доминира у упоредно-правној литератури.

Поставља се питање зашто прописати овакву обавезу?²⁶ Може се очекивати да ће управа и без изричито прописане обавезе узети у обзир интересе стејкхолдера, ипак, то ће бити њено дискреционо право, најчешће мотивисано потенцијалним увећањем профита. Из тога следи да у ситуацији у којој управа не види неки интерес за компанију, она неће морати да узме у обзир интересе стејкхолдера приликом доношења одлуке. Следећи проблем који се јавља јесте питање шта значи „узети у обзир“? Да ли то значи да их управа само мора размотрити али не и деловати у њиховом интересу? Да ли су дужни да предност дају овим интересима уколико су у супротности са другим конститутивним интересима? Овако широко постављена обавеза оставља пуно простора за тумачење, и тиме, иако представља позитиван искорак ка промовисању обавезе директора да приликом доношења одлуке узме у обзир и какав ће она утицај имати на животну средину, ипак не решава постављени проблем.²⁷ Још један проблем јесте одредити ко може да санкционише управу, уколико повреди ову дужност? Да ли тужбу може поднети стејкхолдер или искључиво чланови друштва? Теорија је да у интересу чланова друштва, интереси стејкхолдера морају бити узети у обзир, а дужност да то управа учини приликом доношења одлука се дугује компанији. Дакле, власници могу тужити директора за повреду дужности да узме у обзир интересе компаније, али мање је вероватно да ће они то урадити него сами стејкхолдери чији су интереси повређени, а који немају право да то сами учине.²⁸ Најзад, постоји дилема да ли оваква обавеза треба да буде прописана законом као императивна или диспозитивна?

У контексту потенцијалног увођења посебне дужности директора да узме у обзир последице његових одлука на животну средину, потребно је анализирати и институт правила пословне одлуке (*business judgement rule*- даље: *BJR*). Правило пословне одлуке подразумева да лица која имају дужности према привредном друштву, нису одговорна за последице својих пословних одлука, ако су при том, кумулативно: 1) поступала у разумном уверењу да делују у најбољем интересу привредног друштва; 2) поступала са дужном пажњом; и 3) савесна су.²⁹ Дакле, правило пословне одлуке је институт који даје управи широка дискрециона овлашћења да

26 У српском закону о привредним друштвима користи се термин „дужност“, за разлику од класичног облигационог појма „обавеза“, те се чини да то имплицира виши степен дискреције у процени овог стандарда. Вид. М. Васиљевић (2015), 126.

27 У Енглеској се очекује да овако широку дефиницију прецизира судска пракса.

28 Paul L. Davis, *Principles of modern Company Law*, Sweet & Maxwell, London, 2003, 378.

29 М. Васиљевић (2015), 134.

балансира конститутивним интересима у компанији. То практично значи да ће судови готово увек стајати уз одлуке управе, што даље имплицира да директори имају шира овлашћења да приликом доношења одлука узму у обзир интерес стејкхолдера за здравом животном средином. Управа увек може да изнесе ставове да ће еколошки друштвено одговорно пословање донети користи на дуг рок или да је у интересу компаније, а судови ће јако ретко моћи да доведу у питање оправданост овакве одлуке. Ипак, у пракси је већа вероватноћа да ће они попустити под неформалним притиском акционара и подстицајима за остваривање добити на краatak рок (у виду бонуса, месечних циљева...), и одлучити да игноришу могућност употребе овог дискреционог права.³⁰ Суштина правила пословне одлуке јесте у томе да остави шира дискрециона овлашћења управи, како би могла да врши своју основну дужност, а то је промовисање интереса компаније.³¹

2. Улога независних директора

Иако је главна улога у имплементирању еколошки друштвено одговорних принципа, свакако на извршним директорима, који као такви доносе одлуке, улога независних директора у процесу управљања компанијом није занемарљива. Последњих година најзначајнији акценат у реформама корпоративног управљања је стављен на независност чланова органа управљања, а институт независних директора је добио велику подршку.³² Њихов утицај на процес доношења одлука може бити значајан, посебно у две ситуације: прво, у ситуацијама када врши своју надзорну улогу и врши надзор над одлукама извршних директора и њиховој усклађености са релевантним прописима и стандардима, и друго, када постоји сукоб интереса између извршних директора и компаније. Одређени аутори се чак надају да они могу бити кључни фактор који ће се старати да еколошка питања буду уграђена у сваку одлуку компаније. Практика корпоративног управљања показала је да су независни директори нај-

30 Ово поготово важи у системима који као једине легитимне интересе виде интересе акционара, где БЈР практично представља баријеру директорима да узму у обзир интересе стејкхолдера приликом доношења одлука. В. Sjøfjell, А. Johnston, L. Anker-Sorensen, D. Millon, 119-120.

31 *Ibid*, 120. Ова дискрециона моћ долази до изражаја у ситуацијама када прописима није регулисано конкретно понашање управе, јер у ситуацијама када прописи регулишу одређено питање, управа мора да усклади пословање са њима и ту БЈР неће функционисати као „штит“ од одговорности чланова управе.

32 Реформе су се кретале у правцу поопштравања критеријума за одређивање независности ових лица и повећању броја независних директора.

потребнији у оним областима у којима се извршни директори налазе у потенцијалном сукобу интереса са интересима друштва.³³ Иако се на независне директоре гледа као на решење огромног броја проблема корпоративног управљања, постоје три ограничења која спутавају, односно онемогућавају, ефикасност независних директора: презаузетост независних директора, некомпетентност независних директора и неинформисаност независних директора.³⁴ Посебно је значајно последње ограничење у контексту еколошки друштвено одговорног пословања. Наиме, независни директори поседују информације које су мање релевантне од оних које поседују извршни директори, а уз то њихов основни извор информација су управо извршни директори (а они могу да их неблаговремено обавесте, да пропусте да их обавесте или да им дају непотпуне или нетачне информације). То доводи до контрадикторности да се независни директор приликом доношења одлука највећим делом ослања на информације припремљене од стране лица која треба да надзиру.³⁵ Дакле, и уколико компанија постави директоре који испуњавају све услове за независност, и уколико их постави у довољном броју, то ипак не значи да ће они моћи да одлучујуће утичу на извршне чланове управљачких тела и на садржину њихових одлука.³⁶ Иако постоји јасан потенцијал института независних директора у усмеравању компанија ка еколошки друштвено одговорним циљевима, чини се да је потребно још времена да њихова улога у корпоративном управљању заживи у „пуном сјају“.

3. Именовање посебног органа

Компаније, како би осигурале да управа доноси одлуке у складу са еколошким стандардима и принципима, могу именовати посебан орган који ће се бавити искључиво доношењем и разрадом еколошких стратегија компаније, одређивањем еколошких циљева и политике компаније,

33 Вук Радовић, „Три разлога неефикасности независних директора“, *Правни живот бр.11*, 2011,100. То је несумњиво област доношења еколошки одговорних одлука, односно усмеравање компаније да друштвено одговорно послује, као што је у претходном делу рада и објашњено.

34 И Кодекс корпоративног управљања Привредне коморе Србије препознаје ова ограничења и као ограничења препознаје и непостојање адекватних подстицаја за рад у интересу друштва, флуидан концепт независности, директан и индиректан утицај извршних директора и појачана одговорност. „Због тога свако друштво треба да настоји да што је могуће више смањи ова ограничења, како би учешће независних директора давало боље резултате“.

35 Због тога се често дешава да независни чланови управног одбора последњи сазнају за неправилности и незаконитости у раду извршног руководства. В. Радовић, 112-113.

36 Вук Радовић, „Пут ка независном управном одбору“, *Правни живот*, 12/2008, 91.

имплементацијом еколошких стандарда и принципа, израдом еколошких кодекса корпоративног управљања, одређивањем најпогоднијег начина имплементације кодекса корпоративног управљања, вршењем надзора над имплементацијом еколошких стандарда, вршењем контроле како би се обезбедила усклађеност одлука компаније са прокламованим принципима и на крају одређивањем санкције унутар компаније у случају непоступања у складу са правилима (законским и интерним).

Важно је приметити да би организовање посебног органа који ће се бавити еколошким питањима, било ефикасно само у огромним међународним корпорацијама, у којима ће орган на нивоу групе развијати, координирати и надзирати еколошке стратегије.³⁷

4. Објављивање релевантних еколошких информација

Крајем 20. века, сам процес доношења одлука (било у компанијама, било у држави) се мења, и институционализује се обавеза ангажовања јавности у доношењу одлука, односно постаје неопходно прибављање мишљења јавности пре доношења одлука које могу произвести велике еколошке последице на цело друштво (овакав процес још називају и „еколошком демократијом“). Намећући компанијама да прикажу документа која су традиционално сматрана поверљивим и да оправдају своје технолошке изборе, отворен је простор за групе грађана, удружења, невладине организације, међународне организације и сл. да испитују и посматрају процесе унутар компанија.³⁸ У ту сврху, како би се компанијама олакшало препознавање и мерење њених утицаја на животну средину, а стејкхолдерима олакшало праћење тих утицаја, развијени су међународни стандарди.³⁹ Иако компаније усвајају стандарде на добровољној

37 Као што је на пример *Еколошки и друштвени савет*. Више о овоме вид. на интернет адреси: https://www.unicreditgroup.eu/content/dam/unicreditgroup-eu/documents/en/sustainability/sustainability-reports/2016/2016-Integrated-Report_interactive_13042017.pdf, 27.01.2018.

38 Постоје два разлога која су допринела да се овај тренд тако брзо прошири. Први је повећан притисак од стране стејкхолдера да се тако нешто учини, а други је схватање одређених компанија да им објављивање релевантних еколошких информација може донети корист.

39 Међународна организација за стандардизацију (*International Standard Organization*) је развила најпознатије еколошке стандарде, а то су ISO 14 001 стандарди. Поред ISO 14 001 стандарда, важно је осврнути се и на EMAS стандарде (Eco-management and audit scheme), који су развијени од стране Европске комисије, а усвојени су од стране Европског парламента и савета 2009. године Регулативом (ЕЦ) бр.1221/2009. Ови стандарди представљају надградњу ISO 14 001 стандарда и предсављају њену бољу и побољшану верзију (ISO 14 001 стандарди су интегрални део EMAS-а, налазе се у Анексу II Регулативе). Овакви стандарди помажу

бази, те сходно томе и немају формално правно санкцију уколико не усвоје неке од ових стандарда, односно не поступи у складу са њима, постоји велика вероватноћа да ће само тржиште, односно јавност санкционисати овакво понашање компанија (уколико већина компанија усвоји релевантне стандарде и уколико већина компанија објави релевантне еколошке информације, учесници на тржишту ће се запитати да ли компанија која не објављује информације нешто крије, односно да ли не жели да објави информације зато што би јој оне наштетиле).⁴⁰

Како је јасно да предуслов доношења исправне одлуке од стране јавности поводом утицаја компанија на животну средину, представља свеобухватна и тачна информисаност јавности о релевантним еколошким чињеницама, потребно је радити на унапређењу извештавања и то: 1) ширећи круг нефинансијских информација које се морају објављивати, развијајући већ постојеће стандарде извештавања; 2) побољшавајући надзор над извештавањем, осигуравајући да компетентни органи врше проверу тачности информација; 3) предвиђајући (строже) санкције за необјављивање информација, односно за лажно приказивање или прикривање еколошких утицаја на животну средину;⁴¹ 4) регулишући ову област тврдим правом, уз активно учешће државе, односно све више прелазак са добровољног извештавања на обавезно, одн. обавезујуће извештавање. У овом сегменту строга регулатива, императивним нормама, неопходна је јер предуслов сваке будуће акције и реакције јесте поткованост потпуним, јасним и тачним информацијама. Без тога је немогуће развијати и ослонити се на било који други институт који треба да допринесе еколошки друштвено одговорном пословању. Са тим у вези, у Европској унији постоје иницијативе да се реформише начин извештавања јавности о нефинансијским информацијама, и то је јасно показано

компанијама да прецизно утврде свој утицај на животну средину, и омогућавају да директори доносе одлуке на основу прецизних информација, а не на основу „осећаја“

40 То, даље, доводи до губитка поверења у компанију, што доводи до губитка њене репутације, и на крају до великих материјалних губитака. Такође, компаније које друштвено одговорно послују ће бирати да сарађују са компанијама које објављују еколошке информације у складу са међународним стандардима, и то не само да би шириле добре еколошке праксе, већ и због односа поверења који треба да изграде са својим пословним партнерима, а чији је предуслов транспарентност релевантних еколошких информација.

41 Пре свега намећући обавезу интегралних извештаја и тиме осигуравајући одговорност компанија за тачност објављених извештаја

доношењем Директиве која регулише нефинансијско извештавање од стране највећих компанија у Европској унији.⁴²

5. Ближе одређење сврхе компанија

Годинама су развијани различити концепти сврхе компанија, а све у циљу одређивања обима и правца доношења одлука у компанијама, као и одговорности које произилазе из таквих одлука. Једна од препрека инкорпорацији еколошки друштвено одговорног пословања представља традиционално схватање компанијског права да је привредно друштво једна искључиво приватна институција, упркос њиховим јавноправним карактеристикама и социјалним утицајима.⁴³ Чак иако нема правног захтева за максимизацијом профита ни за компанију, ни за власнике, ова традиционална схватања у први план стављају лукративну циљну функцију привредних друштава (дакле постоји претпоставка сврхе убирања профита за власнике) и наводе да је управо то оно што их раздваја од грађанских друштава.⁴⁴ Чини се да се могу издвојити три различита концепта сврхе компаније. Први концепт подразумева дефинисање сврхе компаније кроз фаворизовање одређених интересних група унутар компаније (најчешће власника), и то изричито законом, а чешће самим оснивачким актом. Други концепт подразумева дефинисање сврхе компанија врло широко, кроз сврху компанијског права, док трећи концепт посматрајући компанију као друштвену институцију истиче као сврху компаније неки друштвени циљ. Друштва капитала, чија главна карактеристика је ограничена одговорност власника, су постала заштитни знак капитализма, а друштво је постепено прихватало и промовисало овакву форму привредних субјеката, под претпоставком да је циљ компаније да зна-

42 Directive 2014/95/EU of the European Parliament and of the Council, <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32014L0095&from=EN>, 21.01.2018. Циљ ове директиве јесте да повећа транспарентност у погледу социјалних и еколошких питања. Директива се заснива на принципу „примени или објасни“ (*comply or explain*), и захтева од компанија да у своје годишње извештаје укључе изјаву о еколошким, социјалним и радноправним питањима, поштовању људских права, анти-корупцијским правилима, и правилима у погледу спречавања давања/примања мита. У тим областима изјава мора да садржи: опис њихове политике у погледу датих питања, њихове резултате и аспекте везане за управљање ризицима. Ипак, директива се примењује само на велике компаније, тачније оне које имају преко 500 запослених (што чини око 6,000 компанија у Европској унији)

43 Ипак, сам назив „компанија“ је настао од латинске речи *cum* и *panis* што значи :“делити хлеб“. Оригинална идеја везује компанију за заједништво, односно има одређену социјалну конотацију.

44 М. Васиљевић (2015), 80.

чајно допринесе достизању друштвеног циља, а то је повећање друштвене добробити, мерене пре свега кроз веће материјално богатство.⁴⁵ Ипак, данас је ово схватање еволуирало и тако, одређени аутори виде као нормативну сврху компанија увећање друштвеног благостања (без ограничавања на материјално благостање или фаворизовања истог), кроз увећање добробити акционара, запослених, добављача и потрошача, без непотребних жртви, а ако је могуће и са користима за трећа лица, локалну заједницу и природу.⁴⁶

Чини се да би уколико би се прецизније одредила сврха компаније и на јасан начин прописала њена друштвена функција, управа имала јасну представу о томе које параметре и циљеве треба да узму у обзир приликом доношења одлука. У том контексту и сам интерес компаније, као *sui generis* интерес би био јаснији, јер би се ограничила могућност екстензивног тумачења кроз интересе власника, те би директори, који имају обавезу да делују у интересу друштва, имали обавезу да приликом доношења сваке одлуке преиспитају да ли је та одлука у интересу друштва (који је опет диктиран самом сврхом компаније).

6. Одржавање седнице електронским путем

Напретком технологије појавила се могућност одржавања састанка одбора директора, односно скупштина друштва капитала електронским путем (тзв. „*virtual meetings*”). Овакви састанци представљају како велику уштеду за компаније (у виду трошкова службеног пута), тако и једно иновативно средство у борби за заштиту животне средине.⁴⁷ Тако, у српском праву статутом или пословником скупштине може се утврдити

45 B. Sjäfjell, A. Johnston, L. Anker-Sorensen, D. Millon, 79.

46 То, наравно, не значи да ће свако законодавство да формира своје законе тако да буду усмерене ка увећању друштвене користи, у пракси се дешава да законодавац буде више „осетљив“ на појединачне интересе. Reinier Kraakman *et al.*, *The anatomy of corporate law*, Oxford University Press, 2004, 18-19. Тако, данас све чешће компаније у својим еколошким прокламацијама истичу своју друштвену сврху: „Наша корпоративна мисија је да створимо вредност за своје власнике, стејхолдере и заједницу у којој послујемо.

Више о овоме вид. на интернет адреси: https://www.unicreditgroup.eu/content/dam/uni-credit-group-eu/documents/en/sustainability/environment-suppliers/environmental-management-system/UniCredit-Environmental-Policy_last.pdf, 15.01.2018.

47 Тако, у прокламовању еколошке политике једне финансијске институције, може се видети значај који придаје састанцима електронским путем; Вид. на интернет адреси: https://www.unicreditgroup.eu/content/dam/unicreditgroup-eu/documents/en/sustainability/environment-suppliers/environmental-management-system/Environmental_Commitment-160615.pdf, 15.01.2018.

гласање електронским путем и то: 1) преносом седнице скупштине у стварном времену рада; 2) двосмерним преносом седнице скупштине у стварном времену, путем ког се омогућава обраћање акционара скупштини са другог места од места одржавања седнице; 3) механизмом за гласање електронским путем, било пре било током седнице, што отклања потребу именовања пуномоћника који би физички био присутан на седници („прекогранично гласање“). Ако друштво омогући учешће у раду седнице скупштине гласањем електронским путем, такво гласање може бити ограничено потребом идентификације акционара и сигурности електронске комуникације.⁴⁸ Дакле, ако би сви акционари или њихови пуномоћници гласали електронским путем, онда практично не би ни било седнице (иако би се сва правила везана за кворум и већину потребну за одучивање примењивала).⁴⁹ Одлука о одржавању седнице електронским путем је у потпуности у надлежности компаније, која ће овакву могућност прописати својим унутрашњим актом. Очекује се да овај институт тек заживи и да компаније искористе могућност коју им је пружио законодавац, ипак и са регулисањем овог питања треба бити обазрив, како би се избегле потенцијалне злоупотребе.

7. Друштвено одговорно улагање

Још једна форма друштвено одговорног пословања јесте друштвено одговорно улагање. Оно је дефинисано као доношење инвестиционих одлука којим инвеститори настоје да спроведу друштвене промене, док у исто време теже и економским добицима, односно повратку уложеног.⁵⁰ Раздвајање власништва и управљања друштвом, довело је и до раздвајања инвестирања и друштвене одговорности, уз појаву „пасивних инвеститора“. „Пасивни инвеститори“ су инвеститори чији је циљ да мобилишу капитал кроз зајмове и инвестиције како би им исте донеле профит. Они су незаинтересовани за управљање друштвом, самим тим они нису заинтересовани за утицај компанија на животну средину и њену еколошку политику. Оваквим посматрањем целокупног процеса инвестирања, умањује се улога инвеститора у целом процесу инкорпорирања еколошки друштвено одговорног пословања, односно занемарује се његова улога у активностима компанија у које улажу, и одговорност коју она са собом

48 Закон о привредним друштвима- ЗПД, *Службени гласник РС*, бр. 36/2011, бр. 99/2011, бр. 83/2014, бр. 5/2015, чл 340 и чл. 341.

49 М. Васиљевић (2015), 340-341.

50 М. А. Gonzalez-Perez, L. Leonard, 20.

неминовано носи.⁵¹ У овом сегменту је јако битно осврнути се на оне привредне субјекте који пласирају капитал (банке) и њихов утицај на цео поступак имплементације еколошки друштвено одговорних пракси.⁵² Наиме, банке могу имати директан и индиректан утицај на имплементирање еколошки друштвено одговорних пракси, при чему директан утицај подразумева утицај саме банке, као привредног субјекта, на животну средину док индиректан утицај подразумева стимулацију корисника њених услуга (компанија), да еколошки друштвено послују тако што ће охрабрити компаније које еколошки друштвено одговорно послују (олакшаће приступ капиталу оваквим компанијама давањем нижих камата, олакшица, лакшим одобравањем еколошких пројеката који подразумевају проширење коришћења обновљивих извора енергије, улагањем у еколошку иновацију..) или тако што ће одбити да финансира оне које тако не послују (нефинансирање производње нафте са нафтних бушотина, постављање додатних услова за приступ капиталу, прописивање неопходности коришћења одређених технологија које мање загађују животну средину...)⁵³ Поред тога, финансијске институције могу утицати и тако што ће промовисати друштвено одговорно инвестирање код својих клијената, дизајнирати кодексе друштвено одговорног инвестирања и као јак лобиста у свакој држави, охрабрити политичке и правне реформе у правцу еколошки друштвено одговорног пословања. Чини се да тренутно финансијске институције ретко користе ове могућности да утичу, али у будућности можемо (и морамо) очекивати њихов већи утицај на цео овај поступак реформе корпоративног управљања.

51 B. J. Richardson, B. Sjäffell, 9.

52 Око 40, од 100 највећих светских компанија су финансијске институције (банке углавном). Benjamin J. Richardson, "Financial markets and socially responsible investing", *Company Law and Sustainability - Legal Barriers and Opportunities* (eds. B. J. Richardson, B. Sjäffell), Cambridge University Press, Cambridge 2015, 227.

53 Више о томе вид. на интернет адреси: <https://www.societegenerale.com/en/commitments-to-the-fight-against-climate-change>, 18.01.2018. и http://www.group.intesasanpaolo.com/scriptIsir0/si09/contentData/view/Q_AMBIENTE_eng.pdf?id=CNT-05-00000032BDDA&ct=application/pdf, 18.01.2018. Као пример еколошки друштвено одговорног понашања можемо навести пример Аустралијске банке која је одбила да инвестира у фабрику која се бави прерадом дрвета, јер је била забринута за еколошке последице које би то постројење могло да има. Више о томе вид.: B.J. Richardson, 235.

III Добровољно или наметнуто еколошки друштвено одговорно пословање?

Регулатива еколошки друштвено одговорног пословања носи у себи два изазова. Први је проналажење баланса између потребе да се компанијама да што више слободе у регулисању еколошких питања и потребе да се нормама еколошког права, које су регулисане од стране државе императивним прописима, наметну строга правила. Посебан проблем при проналажењу решења представља то што су императивне норма све више у раскораку са дешавањима на тржишту, док су инструменти саморегулисања компанија у одређеним случајевима сувише благи. Други изазов јесте како направити баланс између потребе да се компаније еколошки друштвено одговорно понашају и потребе да се држави у којој послују помогне у достизању економског просперитета. Проблем са којим се државе суочавају јесте да ли да на уштрб економског просперитета донесу и имплементирају норме које ће захтевати од компанија висок степен еколошки друштвено одговорног понашања, или пак учине супротно.⁵⁴

Најпре, важно је утврдити који су то разлози који могу мотивисати компанију да на добровољној бази, без притиска државе и законодавне регулативе, еколошки друштвено одговорно послује? Као што је у претходном делу рада наведено, управа ће увек бити мотивисана да усвоји одлуке које ће, убрзо након усвајања, смањити трошкове пословања (одлуке управе се могу односити на замену канцеларијске опреме еколошки прихватљивим „зеленим“ производима, модернизацију електричних система, замену осветљења, надзор над потрошњом енергије, редуковање потрошње папира, модернизацију возила, увођење видео конференција и тиме редуковањем трошкова транспорта...).⁵⁵ Дакле, чак и компаније са

54 Овај проблем је посебно изражен у државама у развоју. Patrick Chaskiel, Marie-Gabrielle Suraud, "La responsabilité sociale environnementale des entreprises: une réponse économique à la politisation de la production", *Revue française de socio-économie*, 2009, 101. Посебан проблем представљају снажни лобији од стране моћних корпорација, које сваку иницијативу која потенцијално може узроковати смањење њиховог профита, дочекају непријатељски.

55 Битно је нагласити да те уштеде нису мале. Као пример можемо узети бројке једне компаније како бисмо видели уштеду на годишњем нивоу: замена канцеларијске опреме еколошки прихватљивим „зеленим“ производима- 350,000€, модернизација електричних система- 7,900€, замена осветљења еколошки прихватљивим сијалицама- 564,080€, надзор над потрошњом енергије- 66,827€, редукована потрошња папира- 1.553,400€, модернизација возила- 62,731€, увођење видео конференција и тиме редуковање трошкова транспорта- 4.500,500€. Вид. на интернет адреси: http://www.group.intesasanpaolo.com/scriptIsir0/si09/contentData/view/Q_AMBIENTE_eng.pdf?id=CNT-05-00000032BDDA&ct=application/pdf, 12.01.2018.

традиционалним схватањем циљева и сврхе компанија, желе да унапреде енергетску ефикасност, учине ефикаснијим руковођење отпадом и смање ослањање на необновљиве изворе енергије како би смањили трошкове. У том смислу, посебно се треба осврнути на репутацију као један од главних мотива због којих се компаније одлучују да развијају своју политику еколошки друштвено одговорног пословања и добровољно доносе правила еколошки друштвено одговорног пословања. Компанијска репутација представља реакцију стејкхолдера на активности компаније.⁵⁶ Дакле, компанијска репутација се развија на основу тога како се компанија односи према потребама и интересима својих стејкхолдера, који представљају њену „основну имовину“.⁵⁷ Уколико компанија улаже у еколошки друштвено одговорно пословање, она тиме побољшава слику међу стејкхолдерима, самим тим привлачи више „зелених“ потрошача, што повлачи са собом више инвестиција, компанија смањује своје трошкове (кроз рециклажу, смањење утрошње енергије...) и самим тим смањује трошкове својих производа и услуга те постаје конкурентнија на тржишту, смањењем загађења компанија појачава везу са локалном заједницом, и самим тим јасно је да еколошки друштвено одговорно пословање јако битна компонента успеха на тржишту. Са друге стране, уколико је репутација сама себи циљ, односно једини циљ промовисања еколошки друштвено одговорног пословања, може доћи до потпуно супротних ефеката и великих злоупотреба. Са тим у вези, посебно је опасан феномен *green washing* који представља процес у којем компанија потроши значајно више новца на „зелени“ маркетинг него на еколошки значајне праксе. Дакле, препуштањем компанијама да саме регулишу своје дужности према заједници у контексту заштите животне средине јавља се легитиман страх да ће еколошки друштвено одговорно пословање постати само још једна роба коју ће компаније продавати у сврху краткорочног увећања профита, уместо бити лидер у стварању значајних промена. Најзад, треба имати на

56 Компанијска репутација је у академској литератури дефинисана као углед компаније у друштву, одређен стандард понашања, поштовање компаније, компанијски идентитет, њен имиџ, бренд и престиж.

57 Репутација компаније је њен „емотивни капитал“ који осликава различита схватања стејкхолдера о компанији, њених прошлих и будућих активности, и она представља њену непокретну нематеријалну имовину. Више о томе вид.: Maria Alejandra Gonzalez-Perez, Liam Leonard, *International Business, Sustainability and Corporate Social Responsibility*, Emerald Group Publishing Limited, Bingley, 2013, 138-140. Исто тако, Кодекс корпоративног управљања ПКС: „Репутација привредног друштва практично представља интегрални део његове имовине“

уму, да, као што је случај и са људским правима, компаније имају одговорност да учине исправну ствар, чак и када то није профитабилно.⁵⁸

Са друге стране, највећа препрека имплементацији еколошки друштвено одговорног пословања у политику компанија јесте морални хазард. Морални хазард представља феномен који објашњава понашање компанија у ситуацијама у којима компанија не сноси негативне последице својих одлука, односно не суочава се са трошковима њеног делања, а они који се уместо њих суочавају са трошковима таквог понашања не могу, или услед високих трошкова не желе. У таквим ситуацијама, довољно је да постоји нека врста „осигурања“ које представља подстицај компанијама да се упусте у ризично понашање, односно да увећају трошкове које стварају. Једна врста најчешћег осигурања јесте однос државе према компанијама. Уколико је државна политика таква да не санкционише компаније које не воде (довољно) рачуна о заштити животне средине и свом утицају на њу, онда не постоје ни трошкови које такве компаније носе и самим тим извесно је да ће компаније да воде далеко мање рачуна о томе које ће последице произвести њихове пословне одлуке, односно у какве ће пословне подухвате да се упусте, будући да ће неко други (стејколдери) сносити њихове трошкове. Наведеним односом

58 Ипак, за разлику од злоупотреба људских права које директно угрожавају стејкхолдере, односно неко друго људско биће са којим могу да се поистовете, и које ће мотивисати стејкхолдере да буду спремнији да проговоре, протестују или покрену неку правну акцију, животна средина, а поготово њена дугорочна добробит, не изазива код њих претерану забринутост, а самим тим ни овакву врсту мотивисаности. Наиме, иако неки еколошки проблеми директно утичу на појединце, као што је загађење нечијег имања или утицај загађења на здравље појединца, у многим случајевима утицаји на животну средину су толико широко дисперзовани у времену и простору, да стејкхолдери и не схватају колики значај такви утицаји компанија имају. Вид.: David Millon, "Corporate social responsibility and environmental sustainability", *Company Law and Sustainability - Legal Barriers and Opportunities* (eds. Benjamin J. Richardson, Beate Sjøfjell), Cambridge University Press, Cambridge 2015, 76. Компаније треба да узме у обзир социјалне елементе приликом свог пословања чак иако такве праксе не може директно да повеже са финансијским исходом. Више о томе вид.: Tyler Earle Wry, "Does business and society scholarship matter to society? Pursuing a normative agenda with critical realism and neoinstitutional theory", *Journal of Business Ethics*, 2009, 151-171. Ипак, за разлику од злоупотреба људских права које директно угрожавају стејкхолдере, односно неко друго људско биће са којим могу да се поистовете, и које ће мотивисати стејкхолдере да буду спремнији да проговоре, протестују или покрену неку правну акцију, животна средина, а поготово њена дугорочна добробит, не изазива код њих претерану забринутост, а самим тим ни овакву врсту мотивисаности. Наиме, иако неки еколошки проблеми директно утичу на појединце, као што је загађење нечијег имања или утицај загађења на здравље појединца, у многим случајевима утицаји на животну средину су толико широко дисперзовани у времену и простору, да стејкхолдери и не схватају колики значај такви утицаји компанија имају

државе према компанијама, у којем држава не уређује односе компаније према друштву, неадекватно их уређује или пак не санкционише таква понашања, односно пропуштања одређених понашања, она им, практично, укида страх од неуспеха, односно елиминише подстицаје да темељно преиспитају пословне одлуке пре него што их донесу. Сходно томе, сасвим је сигурно да све те компаније које имају подстицај да се тако понашају, када би сносиле трошкове свог утицаја на животну средину понашале би се другачије: контролисале би утрошену енергију, рециклирале би, улагале би у еколошку иновацију, итд. речју: водиле би потпуно другачију политику према животној средини и друштву у целини. Основни закључак разматрања феномена моралног хазарда јесте да у циљу економске ефикасности друштва, односно максимизације друштвеног благостања, свако треба да сноси трошкове својих пословних одлука у потпуности. Држава ту може да помогне тиме што ће адекватно регулисати ова питања, пре свега питања одговорности компанија, и осигурати да се таква (адекватна) регулатива у пракси и примењује, механизмом државне принуде.⁵⁹

Одређени аутори истичу да, у идеалном сценарију, тамо где је изражена улога државе у регулисању тржишта, систем добровољног саморегулисања компанија може бити начин да одговорност компаније буде проширена без неопходности доношења новог закона, а у земљама где је регулаторна улога државе слабија, саморегулатива мултинационалних компанија у области друштвено одговорног пословања ће „ићи преко“ онога што закон прописује.⁶⁰ Као потенцијално решење правне регулативе еколошки друштвено одговорног пословања, многи аутори виде један микс паметних мера донетих од стране компанија, праћен паралелно законодавним мерама (нпр. у областима објављивања релевантних еколошких информација), које стварају подстицаје за еколошки друштвено одговорно пословање, а истовремено осигуравају одговорност компанија. С тим у вези треба имати на уму један нормалан ток поступка кодификације правних правила где широко прихваћене норме еколошки друштвено одговорног пословања које су биле део меког права бивају кодификоване, а многи стандарди еколошки друштвено одговорног пословања постају део тврдог права.⁶¹

59 Борис Беговић, Мирољуб Лабус, Александра Јовановић, *Економија за правнике*, Београд, 2012, 381-386.

60 M. Blowfield, J. G. Frynas, 503.

61 Jan Eijssbouts, „Corporate Codes as Private Co-Regulatory Instruments in Corporate Governance and Responsibility and Their Enforcement“, *Indiana Journal of Global Legal Studies* Vol. 24, 185.

IV Кодекси корпоративног управљања

Кодекси корпоративног управљања су током година постали основни инструмент у образовању правног оквира друштвено одговорног понашања, најчешће садржећи у себи вредности, норме и правила које су од стране компанија идентификоване као суштинске за вођење послова.⁶² Компаније најчешће своју политику еколошки друштвено одговорног пословања прокламују и дефинишу у кодексима корпоративног управљања, и то у посебном документу којим уређују само материју друштвено одговорног пословања (тзв. *CSR Codes*), или у оквиру прокламовања опште политике компаније.⁶³ У њима се крије „идентитет“ компаније, а самим објављивањем истог, компанија стиче неопходни легитимитет за своје пословање од стране друштва, и тиме представља кључни инструмент у процесу добијања (и задржавања), правне и друштвене „дозволе за рад“.⁶⁴

Јасно је да постоји одређен „отпор“ од стране државе да се еколошка питања, која су традиционално регулисана законским нормама, уреде кодексом корпоративног управљања који не ствара никаква правну обавезу за доносиоце да по датим обећањима, израженим у кодексу, и поступи. Ипак, треба нагласити да кодекси корпоративног управљања не могу заменити државну легислативу, већ је само допунити, а могу постати и једно иновативно средство у земљама у којима не постоје еколошки прописи, односно у којима се не примењују прописи на законом предвиђен начин.⁶⁵

62 Кодексе корпоративног управљања може донети сама компанија или може усвојити већ постојеће кодексе корпоративног управљања донете од стране посебне гране привреде (кодекси донети од стране индустријских грана права су најпознатији), од стране привредних комора, невладиних организација (International organization for standardization, ISO 14001), управљачких органа (EU, EMAS) и међународних организације (Organization for Economic Co-operation and development, OECD „Смернице за мултинационалне компаније“).

63 Компаније се чешће одлучују да еколошки друштвено одговорне прокламације буду садржане у посебном документу. Наиме, уколико су оне обавезане да послују у складу са кодексом корпоративног управљања (нпр. по принципу „примени или објасни“) и уколико су механизми надзора над годишњим извештајима компаније ефикасни, компанија ће уколико еколошку прокламацију стави у сам кодекс, бити њоме правно обавезана. Више о томе вид.: Klaus J. Hopt, „Comparative Corporate Governance: The State of the Art and International Regulation“, *ECGI Working Paper Series in Law* N°.170, 2011, 15.

64 J. Eijsbouts, 185-188.

65 Тако, Кодекс корпоративног управљања ПКС прописује: „Правила овог Кодекса су допуна важећој законској регулативи, тако да ниједна одредба Кодекса не укида законско правило које исто питање уређује другачије. Такође, Кодексом се ни на који начин не мења смисао нити правилно тумачење законских одредаба. Кодекс се креће у границама закона, јер покрива материју која није уређена законом (тзв. правне празнине) или је уређена диспози-

У контексту промене улоге државе у економији мења се и карактер привредне регулативе у савременом свету, у којем држава губи монопол као носилац привредне регулативе и преноси на компаније легитимитет политички и социјални, односно капацитет да гарантује социоекономски напредак.⁶⁶ Самим тим, привредну регулативу више не прати обавезност извршења, а изостанак државне санкције води слабљењу квалитета и ауторитета права због дифузности санкција неизвршења.⁶⁷ Ипак, одређени аутори сматрају да је добровољност приликом доношења кодекса корпоративног управљања постала „питање форме, а не суштине“. Први разлог јесте што за већину компанија усвајање кодекса корпоративног управљања више није ствар избора већ је законом прописана обавезност усвајања кодекса корпоративног управљања. Други разлог јесте што је и сам садржај кодекса корпоративног управљања прописан те норме садржане у њему више не представљају само приватне норме компаније већ су оне употпуњене релевантним меким и тврдим правом. Важно је нагласити да је доношење и објављивање кодекса корпоративног управљања један од начина да се успостави однос поверења међу учесницима на тржишту, тако што ће се другим учесницима на тржишту презентовати рад компаније и њени циљеви, те тиме увећати однос поверења у пословање компаније. Нажалост, кодекси корпоративног управљања су често само једно средство компанија којим се постиже тзв. *Greenwashing*, и у којем су садржане само прокламације, без намере да се по истим и поступи.⁶⁸

V Закључак

Компаније су најважнији приватно правно средство за сакупљање капитала, стварање профита и редистрибуцију прихода у свету, али оне су у исто време највећи доприносиоци загађењу животне средине, као и главни узрочник социјалних, економских и еколошких проблема, уз широко

тивним законским нормама. Кодекс садржи две врсте правила: 1) препоруке - правила која друштво капитала треба да прихвати и по њима поступи, а која се у Кодексу могу препознати по употреби речи "треба"; и 2) предлоге - правила која се сматрају пожељном праксом у области корпоративног управљања, а која се у Кодексу могу препознати по употреби речи "може", "требало би", и сл. "

66 Ипак, треба истаћи да овај нови однос државе и компаније има један базични проблем, а то је да поставља компанију као носиоца приватних интереса на исти ниво као и државу. М. В. Turcotte, А. Salmon, 19.

67 Мирко Васиљевић, „Реформа права у привреди“, *Право и привреда*, 2014, 32-33.

68 Такође, кодекси често служе само томе да упозоре стране инвеститоре на национална правила корпоративног управљања, било да она произилазе из самог закона, било из добре праксе корпоративног управљања. К. Ј. Норт, 13.

распрострањено мишљење да компаније зарађују на рачун шире заједнице.⁶⁹ Економска, финансијска и политичка моћ и њихова улога на глобалном тржишту довеле су до тога да друштво има одређена очекивања од њих, а сва та очекивања су исказана кроз концепт друштвене одговорности према стејколдерима.⁷⁰ Нажалост, пошто није могуће ставити садашњу вредност исказану у новцу на права будућих генерација на здраву животну средину, већина је склона томе да потенцијални недостатак ресурса за будуће генерације посматра као етички проблем, а не правни.⁷¹

Компаније могу имати огромну, водећу, улогу у промовисању и имплементацији концепта одрживог развоја (чија главна компонента јесте заштита животне средине), али то не могу ефективно учинити уколико наставе да послују у досадашњим правним оквирима, јер они их, ни у ком смислу, не охрабрују да прихвате и промовишу одрживи развој.⁷² Много пута у историји су се закони мењали из корена, и само компанијско право је прошло кроз огромне промене структуре, композиције и права гарантованих компанијама, те тако ни данас не постоји довољно добар разлог зашто право не може да одговори на потребе друштва и модификује институт компанија.⁷³ Политичари и руководиоци компанија свакодневно истичу како наша добробит зависи од јачања економије. Ипак то не сме

69 Mark R. Kramer, Michael Porter, „Creating shared value“, *Harvard business review*, 2011, 62.

70 И саме компаније полако схватају своју друштвену улогу, те често у своју политику пословања уврсте прокламације којима наглашавају бригу за заштиту животне средине као једно од кључних изазова њиховог пословања: „централни изазов за компаније представља потреба да се посвете решавању проблема везаних за климатске промене, очување биодиверзитета, ефикасне употребе ресурса и довољног снабдевања водом, при чему ми схватамо да можемо играти кључну улогу у решавању ових проблема. Вид.: https://www.unicreditgroup.eu/content/dam/unicreditgroup-eu/documents/en/sustainability/environment-suppliers/environmental-management-system/UniCredit-Environmental-Policy_last.pdf, 05.10.2017.

71 Werner Hediger, "Reconciling "weak" and "strong" sustainability", *International journal of social economics*, 1122. фн.

72 У Србији је прихваћен концепт дерегулације, односно нови концепт регулације тзв. меким правом, нарочито у пословноправној сфери, што није прихватљиво, узимајући у обзир да хармонија односа није на таквом нивоу да можемо рећи да је право сувишно- М. Васиљевић (2014), 18

73 Најзад, треба имати на уму да је закон ту да служи друштву, да иде у корак са његовим развојем и одговара његовим новонасталим потребама. Институционална теорија верује да када се компанија суочи са спољним еколошким притиском, она мора да прилагоди своју организациону структуру и усвоји неопходне мере како би испунила зајтеве околине. Више о томе вид.: Richard W. Scott, "The adolescence of institutional theory", *Administrative science quarterly*, 1987, 493-511.

бити једини циљ којем компанија треба да тежи, јер треба имати на уму да је неограничени економски развој (заједно са растом популације) у ограниченом свету, са ограниченим ресурсима немогућ.⁷⁴ Између различитих стратегија за решавање овог проблема, чини се да компанијско право има значајну улогу у усмеравању компанија у правцу постизања одрживог развоја, чија главна компонента јесте и еколошки друштвено одговорно пословање. Суштина еколошки друштвено одговорног пословања јесте превенција, дакле спречавање да до лоших утицаја и дође, а уколико до њих дође оно претпоставља механизме помоћу којих компанија минимизује своје негативне утицаје не животну средину. Компанијско право може елиминисати проблем у зачетку, тако што ће радити на томе да до лоших еколошких последица и не дође јер ће сама компанија бити обавезана да одређене стандарде поштује и њима се руководи, а самим тим да уопште не доноси одлуке које би потенцијално наштетиле животnoj средини.⁷⁵ За разлику од еколошког права, које намеће понашање компанијама строгим нормама тврдог права, компанијско правна регулатива је више у складу са пословањем привредних субјеката и динамиком тржишта, остављајући учесницима на тржишту довољно простора да пронађу најбољи начин на који ће одређена питања регулисати.⁷⁶

Најзад, важно је истаћи да поред наведених изазова са којима се суочавају развијене земље при имплементацији концепта еколошки друштвено одговорног пословања, у земљама у развоју постоје посебни проблеми који су израженији и самим тим ургентнији за решавање (као што су сиромаштво, незапосленост...). Ипак то никако не значи да концепт

74 Дакле, заштита животне средине је неопходан предуслов за јачање економије, а концепт одрживог развоја прокламује како економски и еколошки развој могу бити паралелни и компатибилни. У строној литератури су се поједини, радикалнији економисти, исковали нови термин: „управљање без развоја“. Он подразумева ефикасно управљање без економског развоја, и као разлоге због којих би овакво понашање требало да усвоје развијене земље наводе: пре свега, економски развој као и до сада није опција због ограничености ресурса, стога треба оставити места за развој земљама у развоју, где ће бенефити економског развоја бити уочљивији и значајнији. Затим, даљи развој може донети више штете него користи у развијеним земљама. И најзад, као кључни аргумент наводе да економски развој није ни кључан, ни неопходан за испуњавање специфичних политичких циљева, као што су искорављање сиромаштва, запошљавање и заштита животне средине. Чини се да су овакви напори више утопијске природе него што одговарају стварности. Peter A. Victor, „Managing without growth“, *Ecological economics Volume: 61 Issue 2-3*, 2007, 492.

75 Нажалост, чини се да је друштво у којем живимо склоније да проблеме препознаје тек након што „узму маха“ и да је неопходно радити на развијању свести о значају превенције.

76 Ригидне мере су ретко корисне у сфери корпоративног управљања, осим оних које се односе на забрану јако опасних еколошких пракси.

еколошки друштвено одговорног пословања треба занемарити и да га не треба имплементирати у таквој средини, већ само значи да су за његову имплементацију потребна различита решења у односу на она која се јављају у развијенијим земљама.⁷⁷ Узимајући у обзир све речено, различите форме регулативе су примењене у различитим јурисдикцијама, те је у овом раду дат један пресек кључних института примењених у страниој литератури како би се компаније усмериле ка еколошки друштвено одговорном пословању. Ови примери могу бити један водич за земље, као што је Србија, у којима је регулатива друштвено одговорног пословања у зачетку, и где треба бити опрезан са регулисањем еколошки друштвено одговорног пословања јер може да се деси да у земљама у развоју он додатно успори развој без неких конкретних бенефита.

Hristina VOJVODIĆ

Master of Laws, University of Belgrade Faculty of Law

ENVIRONMENTAL CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

Summary

In this article author emphasizes the importance of the environmental corporate social responsibility, its promotion and development. The role of company law in this process of achieving sustainable development has especially been pointed out. In the article the author presents certain institutes of company law, which can become key institutes in the process of implementing the environmental corporate social responsibility into the daily conducting business of the companies. Lastly, the author presents the dilemma whether the environmental corporate social responsibility shall be voluntarily regulated or shall be imposed to the market participants.

Keywords: *environmental corporate social responsibility, corporate social responsibility, corporate governance, sustainable development, code of conduct.*

⁷⁷ Тако се, на пример, у Париском уговору, прави дистинкција између обавеза земаља у развоју и развијених земаља (најизраженија је приликом извештавања).