

6. BIZNIS ETIKA

*Pavle Gegaj**

Sažetak: Nije neočekivano da u tranzicionim društvima i ekonomijama u razvoju biznis etika teško nalazi svoje mjesto u biznis kulturi i načinu poslovanja. Međutim, u razvijenim zemljama biznis etika je postala ključna riječ, način poslovanja, korporativni imidž, i to je nešto čemu i naše poslovno okruženje treba da teži. Crna Gora iza sebe ima dvadesetak godina razvoja privatnog biznisa, preduzetništva i načina poslovanja u kojem biznis etika nije ili je teško nalazila svoju važnost. Ovaj rad teži da prikaže trenutno stanje biznisa i poslovanja u Crnoj Gori sa aspekta biznis etike. Pri tom, posebna pažnja je posvećena malim i srednjim preduzećima kao veoma bitnom segmentu u kojima se vidi budućnost rasta i razvoja crnogorske ekonomije, odnosima poslodavca i zaposlenog u kojima postoji set etičkih pitanja i dilema i pitanjima korporativne kulture i korporativne odgovornosti, koja još uvijek nije svakodnevnica poslovanja. Takođe, bitan dio rada je i razmatranje motiva etičkog ili etičkijeg poslovanja i pronalaženje istog prije svega u pofitabilnijem poslovanju. Ovim radom smo definisali ciljeve kojima bi crnogorski biznis trebalo da teži kada je u pitanju biznis etika. Pokušali smo skicirati mehanizme kojima bi biznis etika mogla dobiti značajnije mjesto u crnogorskom načinu poslovanja, i to prije svega usvajanjem etičkog kodeksa na nivou privrede ili privredne grane, te donošenjem seta modela pravila i procedura koja će služiti kao podrška etičkijem poslovanju u sektoru malih i srednjih preduzeća, pri tom identifikujući potencijalne prepreke u realizaciji tih ciljeva.

Ključne riječi: *biznis etika, korporativno upravljanje, korporativna kultura, korporativna odgovornost, zviždač, zviždanje, etički kodeks*

Abstract: It is not unexpected for transitional societies and developing economies that business ethics cannot find its place in the business culture, and way of doing business. However, in developed countries business ethics has become key word, way of doing business, corporate image and that is something our environment should tend towards. Montenegro has twenty or so years of development of business, entrepreneurship and way of doing business, in which period business ethics hardly found its importance. This paper tends to portray current way of doing business in Montenegro from the aspect of business ethics. While doing so, we will pay special attention to small and medium enterprise sector as a key element of economy, and its future growth generator, examine employer employee relations and multiple ethics issues arising from it, and look at the corporate culture and cor-

* Mr Pavle Gegaj, Bull and Bear, AD Podgorica

porate responsibility, which still has to gain its importance in Montenegro. Also, important part of this paper is finding a motive in doing business ethically, while finding it mainly in more profitable business. This paper has defined goals to which Montenegrin economy should tend to when it comes to business ethics. We have tried to sketch mechanism which can help business ethics get more important spot in doing business, primarily by adopting ethics code for the whole economy or its sectors, and drafting set of model policies and procedures which should serve as a support to the small and medium enterprise sector in doing business more ethically, while at the same time identifying potential obstacles in achieving those goals.

Key words: *business ethics, corporate governance, corporate culture, corporate responsibility, whistleblower, whistle blowing, ethics code*

6. 1. UVOD

Biznis etika, kao dio primijenjene etike, ispituje etičke principe i moralne i etičke probleme sa kojima se ljudi u biznisu svakodnevno susreću, bez obzira na granu poslovanja ili aspekt nekog konkretnog biznisa, i ima svoju važnost kako za pojedinca tako i za organizaciju, tj. privredno društvo. Razmatranje biznis etike je veoma bitno, pogotovo u tranzicionim društvima i ekonomijama u razvoju, u kojima veoma teško nalazi svoje mjesto u biznis kulturi i načinu poslovanja. Naime, biznis veoma lako može postati neetičan i na taj način funkcionisati, a maksimizacija profita biti jedini motiv poslovanja. Svjetska ekonomska kriza je učinila da dosta takvih primjera u razvijenim ekonomijama izađe na površinu i postane poznato. Naravno, istorija poslovanja obiluje primjerima i prije toga. U crnogorskoj ekonomiji, iako je njen privatni sektor relativno mlad, imamo primjera u kojima je neetičko ponašanje i poslovanje proizvelo veoma loše ekonomske posljedice i ostavilo traga. Upravo će ti primjeri, i slični koji će se neminovno desiti u budućnosti, biti razlog zbog kojeg će biznis etika postajati bitan element poslovanja, a firme će sve češće isticati svoje etičke kodekse, kancelarije ili službenike kao reakciju na neetičko poslovanje konkurencije.

Premda se biznis etika jednim dijelom preklapa sa filozofijom biznisa, čiji je cilj utvrditi svrhu postojanja privatnog biznisa, i razmatrajući maksimizaciju profita kao jedini motiv sa jedne strane, odnosno odgovornost prema društvenom i prirodnom ambijentu u kojem posluje sa druge strane, ovaj rad, koncipiran prije svega kao policy paper, ne ulazi u tu dilemu. Naime, uvažavajući činjenicu da je maksimizacija profita velikom broju preduzeća isključivi motiv, ovaj rad pokušava naći mehanizme postizanja veće etičnosti u poslovanju. Upravo je to i razlog zbog kojeg smo identifikovali oblik poslovanja i vlasničku strukturu kao veoma bitnu determinantu crnogorskog biznisa.

Biznis etika pokriva širok spektar tema i kao što smo napisali – nalazi svoju primjenu u svakom sektoru, pa čak i svakom aspektu bilo kojeg biznisa. Ovim radom smo pokušali pokriti neke od tema i neke od aspekata za koje smatramo da će biti aktuelne u neposrednoj budućnosti, svjesni da jedan dio tema iz biznis etike koje će vremenom postajati sve aktuelnije nije zastupljen.

6. 2. STANJE

1. Dominantan oblik poslovanja u Crnoj Gori su mala i srednja preduzeća u porodičnom vlasništvu

Suštinski elemenat političke i ekonomske transformacije u bivšim socijalističkim zemljama je stvaranje privatnog sektora, razvoj preduzetništva i stvaranje malih i srednjih preduzeća (MSP), koja bi trebalo da postanu vodeća snaga u ekonomskom razvoju. Mala i srednja preduzeća stimulišu privatno vlasništvo i preduzetničke sposobnosti kod pojedinca, fleksibilna su i mogu se brzo prilagoditi na promjenu ponude i tražnje na tržištu. Ona stvaraju zaposlenost, promovišu diverzifikaciju ekonomskih aktivnosti, podržavaju održivi rast i daju značajan doprinos izvozu i trgovini.

Situacija nije drugačija ni u Crnoj Gori. Još od ranih devedesetih akcenat vlada je bio na razvoju preduzetništva i malog i srednjeg biznisa, kao alternativa nefleksibilnim, zastarjelim državnim preduzećima, koja su bila nespremna za tržišne izazove. Tako su danas mala i srednja preduzeća odgovorna za značajan dio društvenog proizvoda, smanjenje nezaposlenosti i siromaštva, kao i kreiranje novih radnih mjesta tokom proteklih dvadeset godina.

Mala i srednja preduzeća u Crnoj Gori su mahom zatvorene firme u porodičnom vlasništvu i zadržavaju takav karakter bez obzira na rast i razvoj preduzeća. Naime, jedna od glavnih karakteristika preduzetnika u Crnoj Gori jeste upravo strah od gubitka kontrole. To se vidi čak i u većim privatizovanim firmama, akcionarskim društvima, u kojima većinski vlasnici teže da ili istisnu manjinske vlasnike, ili poslovanje prebace na povezana preduzeća koja su u porodičnom vlasništvu, pri tom prepuštajući upravljanje članovima porodice bez obzira na stručnost i kvalifikacije. Ovo za posljedicu ima: (1) preklapanje vlasnika, direktora i upravljača; (2) nepostojanje nezavisnih menadžera; (3) nedostatak jasnih politika, procedura i dugoročnog planiranja; (4) nedostatak različitih mišljenja prilikom donošenja važnih odluka; (5) zapošljavanje članova porodice uprkos nedostatku vještina i (6) nepostojanje plana sukcesije, tj. smjene upravljača.

Upravo takva struktura, te nedostatak procedura i pravila korporativnog upravljanja daju malim i srednjim preduzećima neophodnu fleksibilnost i prilagodljivost tržištu. Sa druge strane, kao posljedica toga javlja se nepostojanje etičkih standarda i neetičnost u poslovanju.

2. Društvena odgovornost preduzeća ili korporativna odgovornost

Korporativna odgovornost predstavlja način na koji korporacija ili preduzeće društvu i sredini u kojoj stvara profit vraća dio tog profita kroz društveno korisne doprinose. Korporativna odgovornost bi trebalo da bude samoinicijativni mehanizam ugrađen u svakodnevno poslovanje preduzeća i korporacija. Korporativna odgovornost, takođe, služi kao bitan mehanizam izgradnje reputacije koji dominantno utiče na poslovanje preduzeća i korporacija.

Premda predstavlja način vraćanja dijela dohotka društvu u kojem korporacija stvara profit, korporativna odgovornost je dominantno način stvaranja pozitivnog imidža i stvaranja boljeg odnosa sa potrošačima, kako bi se pospješilo poslovanje. Stoga, glavni generator korporativne odgovornosti predstavlja loš imidž u društvu i zajednici. Odgovorna korporacija će tipično posvetiti vanrednu pažnju temama kao što su očuvanje životne sredine, izgradnja društveno korisnih resursa i servisa, investiranje u obrazovanje i kulturu i tome slično.

U periodu tranzicije iz društvene u privatnu svojinu, razvoja privatnog biznisa i stvaranja kapitalističkog društva, korporativna kultura i odgovornost nije bila ni blizu vrha liste prioriteta. Takav odnos biznisa se zadržao i do današnjih dana, pa tako vrlo malo preduzeća gradi svoj imidž kao društveno odgovornih i ističe svoj doprinos zajednici. S tim u vezi, gotovo nijedna firma ne ističe atribut 'zelena' u svojim kampanjama i promocijama, niti posvećuje posebnu pažnju usvajanju takozvanih zelenih politika i procedura.

3. Odnos poslodavca i zaposlenog sa aspekta biznis etike

Odnos poslodavca i zaposlenih, kao i uopšte upravljanje ljudskim resursima je bitan segment biznis etike. Naime, u svakodnevnom poslovanju i radnom okruženju zaposleni i poslodavci nailaze na raznorazne situacije u kojima je bitno donijeti prave odluke i postupiti na pravi način. S tim u vezi, jedno od glavnih pitanja jeste diskriminacija u zapošljavanju. U Crnoj Gori je takva diskriminacija veoma pristuna, te pitanje pola, godina, nacionalnosti predstavljaju bitan faktor prilikom zapošljavanja. Diskriminacija pri zapošljavanju se očitava u izbjegavanju zapošljavanja osoba sa invaliditetima, hendikepom, pripadnika nacionalnih manjina, pa čak i izbjegavanju dugoročnog ili stalnog zapošljavanja mladih osoba ženskog pola, zbog značajnije vjerovatnoće trudnoće. S tim u vezi treba napomenuti da je u Zapadnoj Evropi i Americi praksa izričitog zahtijevanja da se sa aplikacija za posao izostave fotografije, datum rođenja, pol i nacionalnost, dok u Crnoj Gori, čak i kada su u pitanju kompanije koje se mogu pohvaliti najboljom, ili najmanje lošom, korporativnom kulturom i profesionalnim sektorima za ljudske resurse, takva praksa ne postoji. Štaviše, nerijetko se fotografija eksplicitno zahtijeva uz aplikaciju za posao.

Pored diskriminacije prilikom zapošljavanja, bitan faktor jeste i ugovor o radnom odnosu. Naime, crnogorsko zakonodavstvo, kada je u pitanju radno pravo, bliže je doktrini *opravdanog razloga* nego onoj *slobodne volje*. Naime, prilikom raskida radnog odnosa, sama odluka nije dovoljna, već je potreban i valjan razlog za tako nešto (ovo uprkos posljednjim izmjenama zakona kada je ovo nešto ublaženo). Stoga poslodavci najčešće pribjegavaju ugovorima na određeno vrijeme, iako takav ugovor valjano ne oslikava materijalni odnos, kako ne bi u budućnosti sebi stvarali finansijske obaveze, a u vezi sa otpremninama, odštetama, i sl. Pored toga, nerijetko poslodavac pribjegava potpisivanju ugovora na iznose plate manje od stvarnih, izbjegavajući na taj način obaveze plaćanja većih poreza i doprinosa, direktno nanoseći štetu zaposlenom.

6. 3. CILJEVI

1. Jačanje etičkih načela i normi u biznisu i poslovnom okruženju u Crnoj Gori

Iako je crnogorski privatni sektor i biznis okruženje nedovoljno razvijeno i malo, imamo primjera u kojima je nepostojanje etike, ili nedvoljna etičnost u poslovanju, dovelo do veoma loših posljedica. Ipak, mnogo su pozantiji i brojniji primjeri razvijenih ekonomija, posebno američke i zapadnoevropskih (Enron, Tyco, WorldCom, Adelphia). Stoga je bitno podstaći privredu i biznis na etičko postupanje i dovesti biznis etiku do nivoa važnosti u svakodnevnom poslovanju. A takvo postupanje će imati multiplikujući efekat jer: (1) poslodavci će shvatiti da ponekad osobe sa hendikepom mogu biti mnogo bolji radnici i mnogo produktivniji za biznis; (2) posvećivanje veće pažnje klijentima od strane monopoliste će biti uzvrćeno lojalnošću u situaciji veće konkurentnosti; (3) bolje ponašanje prema zaposlenom će za posljedicu imati veću posvećenost i produktivnost u radu.

2. Stvaranje etičkog kodeksa i standarda poslovanja

Kako bi biznis i poslovni ambijent postao etičniji, veoma je bitno donošenje etičkog kodeksa. Imajući u vidu da veliki dio crnogorske privrede čine mala i srednja preduzeća, te da ne bi bilo realno očekivati ni donošenje etičkog kodeksa, ni službenika ili službe koja tretira etiku na nivou preduzeća, bitno je takav kodeks donijeti na nivou cijele privrede ili pojedinih privrednih grana.

3. Stvaranje „sigurnijeg” radnog okruženja

Veoma bitan element jeste stvaranje sigurnog radnog mjesta i radnog okruženja, u kojem zaposleni mogu i hoće da dovode u pitanje odluke, procedure, poslovanje, ukratko, da „provociraju” status quo. Svjetski poznati slučajevi neetičkog ponašanja u biznisu, kao što je Enron, mogli su biti spriječeni da su zaposleni koji su se svakodnevno nalazili usred sumnjivih transakcija, operacija, pripremali lažne izvještaje, i sl., doveli takvu praksu u pitanje. S tim u vezi veoma je bitno ojačati poziciju zaposlenog i stvoriti takva pravila da zaposleni nemaju strah od odmazde, te stvoriti radno okruženje i uopšte društveni ambijent u kojem takozvano zviždanje neće imati negativnu konotaciju.

6. 4. INDIKATORI OSTVARENJA CILJEVA

1. Regulatorna / etički kodeksi u biznisu

Jedan od osnovnih mehanizama preporučenih ovim radom biće donošenje etičkog kodeksa i seta procedura na nivou cijele privrede ili privredne grane i usvajanje takvog kodeksa na nivou privrednog društva / preduzeća. Stoga bi jedan od indikatora ostvarenja ciljeva trebalo da bude i broj privrednih društava u kojima su takav kodeks i procedure usvojene, kao i procenat cjelokupne privrede koji se takvog kodeksa i procedura pridržava.

2. Relevantna mjerenja i kvantifikacija standarda i prakse u biznisu

Postoji set indikatora koji se tiču biznis etike, kvantitativnog karaktera, koji bi pružili jedinstven pogled na situaciju u crnogorskom poslovnom okruženju, kao što su anketiranje radnika, anketiranje poslodavca, agregiranje podataka u vezi sa aktivnim procesima, analiza sadržaja i tome slično.

6. 5. MEHANIZMI ZA OSTVARENJE CILJEVA

1. Donošenje etičkog kodeksa poslovanja

Donošenje biznis etičkog kodeksa je veoma bitno za razvoj biznis etike u Crnoj Gori, a Privredna komora bi trebalo da igra ključnu ulogu u njegovom donošenju. Ovakav kodeks bi trebalo da ima neki vid obavezujućeg karaktera za privredne subjekte u Crnoj Gori, a posebno bi trebalo da obradi sljedeće teme svakodnevnog poslovanja koje imaju etičke implikacije:

- a) uključenost u zajednicu, korporativnu kulturu i društvenu odgovornost;
- b) etička pitanja vezana za marketing, a pogotovo pošten, tačan i fer marketing;
- c) bezbjednost kao sastavni dio proizvoda i usluga;
- d) donatorstvo;
- e) postupanje prema potrošačima i klijentima;
- f) pitanja vezana za zapošljavanje i diskriminaciju prilikom zapošljavanja;
- g) uslovi za rad i postupanje prema zaposlenima;
- h) korupcija i mito;
- i) zaštita životne sredine;
- j) pitanja vezana za organizaciju zaposlenih u sindikate i pitanja štrajka;
- k) pitanja vezana za prijavljivanje nedozvoljenih i nezakonitih radnji, „zviždanje“;
- l) pitanja vezana za bezbjednost na poslu i zdravstveni aspekt radnog mjesta.

2. Donošenje i usvajanje relevantnih procedura

U vezi sa etičkim kodeksom, i uopšte etikom u biznisu, veoma je bitno imati politike i procedure na nivou privrednog društva koje će osigurati etičko ponašanje u obavljanju posla. Međutim, imajući u vidu da veliki dio crnogorske privrede čine mala i srednja preduzeća, koja nemaju dovoljno resursa ni kapaciteta, nije realno očekivati da takve politike i procedure sami proizvedu. Čak i pored toga, ona najveća preduzeća, sa izuzecima onih koji su bili u društvenom vlasništvu, najčešće nemaju dovoljno dugu poslovnu istoriju da naprave kvalitetne politike i procedure. Stoga je neophodno na nivou cijele privrede, ili privredne grane, donijeti set modela procedura i politika kao resurs koji bi privredna društva mogla da koriste, bez potrebe da ih sami stvaraju. Na taj način bi se izbjegli nedostatak kapaciteta i resursa u samim preduzećima, a poslodavci i zaposleni bi dobili pravila i putokaze kojima bi se postiglo etičnije postupanje u poslovanju.

3. Identifikacija profita kao motiva za etičkije poslovanje

Bitno je u ovoj fazi razvoja crnogorske ekonomije, u kojoj je profit najčešće jedini motiv poslovanja, dovesti u vezu etičko poslovanje i profitabilnost biznisa. Nai-

me, etičko postupanje u poslovanju, korporativna kultura i društvena odgovornost su najčešće od strane preduzetnika u Crnoj Gori povezani sa bespotrebnim troškovima i gubicima. Međutim, ne mora da bude tako. U razvijenijim ekonomijama korporativna odgovornost je veoma bitan aspekt poslovanja i ostvarivanja dobrih rezultata, što je potrebno postići u Crnoj Gori, tj. vezati, prije svega, u načinu razmišljanja preduzetnika etičnost u poslovanju sa profitom.

6. 6. PREPREKE U REALIZACIJI CILJEVA

1. *Strah od odmazde kod zaposlenih*

Imajući u vidu crnogorski kulturni profil, te praksu odnosa poslodavca i zaposlenih u posljednjih dvadeset godina, strah od odmazde može biti bitna prepreka u uspostavljanju etičkijeg ponašanja. Naime, radno okruženje je takvo da većina zaposlenih u privatnom sektoru nema sigurno radno mjesto, a poslodavac, koji je najčešće i vlasnik i direktor i menadžer ljudskih resursa, iskorišćava takvo stanje. Imajući u vidu da svaki zaposleni treba da da svoj doprinos kako bi biznis okruženje bilo etičkije, ovo može biti ključna prepreka u ostvarivanju tog cilja.

2. *Negativne posljedice po 'zviždače'*

I u razvijenim ekonomijama, u kojima je nivo etičkog postupanja u biznisu na mnogo većem nivou, zviždanje izaziva pomiješane reakcije. Sa jedne strane, zviždači su percipirani kao osobe koje iz ubjeđenja i vjerovanja štite javni i kompanijski interes, bez posebno artikulisanog sopstvenog benefita i interesa. Međutim, nerijetko je situacija i obrnuta, pa se često karakterišu kao špijuni i zviždanje dobija negativnu konotaciju. Za očekivati je da u Crnoj Gori zviždači i zviždanje dobiju ovu drugu, negativnu konotaciju, i da u očekivanju toga pojedinci, zaposleni, često odustanu od isticanja pogrešnih odluka, djela, protivpravnih ili čak protivzakonitih akcija.

