

Прегледни рад

UDK 005.32:174

DOI 10.7251/SVR1612157D

ПОСЛОВНА ЕТИКА И КОРПОРАТИВНО УПРАВЉАЊЕ

Мр Драгана Дошеновић¹

Економски факултет Бања Лука

Апстракт: Основна тема овог рада јесте пословна етика, са посебним фокусом на кодекс пословне етике или етички кодекс. С обзиром да етика добија све већи значај у савременим условима пословања, постала је незамјењив дио пословне праксе, а усвајање и објављивање етичког кодекса постаје предуслов за успјешно пословање и остваривање постављених циљева организације. Управо из тог разлога сврха овог рада јесте да опише улогу и значај пословне етике, као и да укаже на бројне предности које усвајање и објављивање етичког кодекса има за привредне субјекте.

Обзиром на значај и улогу коју велики, сложени пословни системи имају за привреду сваке земље, у овом раду изложиће се управо значај пословне етике за пословање корпорација. Подаци о процентуалном учешћу корпорације које немају кодекс пословне етике, као и оних које имају усвојен или објављен етички кодекс у укупном броју корпорација указују на лоше стање у вези са пословном етиком у Републици Српској.

На основу извршене анализе иведеног истраживања, у раду се дошло до бројних закључака на основу којих је доказано да пословна етика има велики значај за привредне субјекте, али и да већина корпорација у Републици Српској нема усвојен и објављен кодекс пословне етике, што указује на потребу да се питању пословне етике посвети већа пажња.

Кључне ријечи: *пословна етика, етички кодекс, кодекс пословне етике, корпоративно управљање, привредни субјекти.*

УВОД

У савременим условима пословања етика има растући значај за све привредне субјекте. Она се односи на поштовање разних етичких принципа, односно моралних норми у пословном свијету. Тако све значајнију улогу имају и кодекси пословне етике који предузећима доносе низ предности као што су: побољшање репутације друштва, побољшање управљања ризиком и кризама, унапређење комуникације са носиоцима интереса, развијање корпоративне културе и стављање вриједности у први план, као и избјегавање судских спорова.

¹ Економски факултет, Универзитет у Бањој Луци, докторанд на Економском факултету Универзитет Београд, емаил: dragana.dosenovic@efbl.org

Овај рад управо ће се посветити изучавању улоге и значаја кодекса пословне етике, па се тако као основни проблем истраживања у овом раду поставља питање: да ли је усвајање и објављивање кодекса пословне етике постало пракса привредних субјеката у Републици Српској? С обзиром на дефинисани проблем истраживања који је економске, али и правне природе, као предмет истраживања може се навести подручје економије, подручје права, али и подручје социологије, психологије и других наука које проучавају и баве се проблематиком морала. Основни циљ рада јесте да се утврди и објасни значај усвајања и објављивања кодекса пословне етике за привредне субјекте. Да би се остварио постављени циљ, такође је потребно дефинисати и хипотезу од које се полази у овом раду, а која гласи: Већина акционарских друштава из Републике Српске нема усвојен и објављен кодекс пословне етике. Што се тиче саме методологије помоћу које ће се доказивати постављена хипотеза, користиће се метода индукције, дедукције, анализе и класификације. За прикупљање података користиће се анализе садржаја.

Поред увода, закључка и литературе, рад се састоји из четири дијела. У првом дијелу рада објасниће се појам и значај пословне етике, док се у другом дијелу рада детаљно описује кодекс пословне етике са његовим дијеловима и карактеристикама. Трећи дио рада односи се на начине регулисања пословне етике у Републици Српској, а четврти дио приказује резултате проведеног истраживања.

ПОЈАМ И ЗНАЧАЈ ПОСЛОВНЕ ЕТИКЕ

Да би се објаснило значење пословне етике, потребно је прво дефинисати сам појам етике. Овај појам потиче од грчке ријечи *ethos*, што значи обичај, навика, карактер, филозофија морала. Етика представља науку о моралу, а њен творац је грчки филозоф Сократ. Један од његових ученика био је и Платон који је рекао да Сокарат, као творац дијалектике и јединства духа етиком као филозофском дисциплином дефинише појмове људских врлина као што су: праведност, храброст, човечност, доброту, а изнад свега одваја добро од зла и истину од лажи.² Етика се тако може дефинисати као филозофија морала која истражује смисао и циљеве моралних норми, основне критерије за морално вредновање, као и уопште научност и изворе морала. Етика припада филозофији и бави се проучавањем човјековог природног понашања помоћу којег он у датом времену и простору исказује своје обичаје, навике и морал. На тај начин човјек свом саговорнику приказује слику о себи, свом карактеру и моралу. Може се рећи да тај приказ појединца има карактер пословне етике

² Чох, Ђ., (2011). *Пословна етика*, доступно на:

<http://www.scribd.com/a580580/d/2526414-poslovna-etika-skripta-200> (03.01.2016.)

уколико је исказан у форми његовог става према одређеним активностима или одређеним пословима и радњама.

Ако би се посао дефинисао као дјеловање са циљем или као мисија, а етика као наука која регулише и одређује правила људског понашања, тада би се пословна етика могла дефинисати као примјењивање или уважавање етичких принципа у свим пословним активностима. Темељ пословне етике јесте понашање у складу са законима које обухвата пружање транспарентних информација, поштен приступ према конкуренцији, запосленима, акционарима, партнерима, као и фокусирање на друштвену одговорност и одржив развој. Тако се сарадњом етике и економије у 20. вијеку развила научна дисциплина пословне етике, а њене прве назнаке јављају се крајем 60-их година 20. вијека и односе се на друштвене односе у пословању. У данашње вријеме питање могућности исправног дјеловања, темељеног на етичким начелима, добија ново значење и важност, а након све већих моралних грешака, одступања и финансијских скандала великих корпорација многе организације све већи нагласак дају на доношење етичких кодекса и развој политике друштвене одговорности предузећа, а етика се поставља као неопходан саставни дио дјеловања сваке организације.

Из наведеног се види да пословна етика није присутна само у односима између компаније и окружења, такође су битни и односи унутар саме компаније. Тако је кроз призму пословне етике и моралног поступања потребно посматрати међусобне односе послодавца, менаџмента и руководства, али и њихов однос према запосленима јер се сматра да се ниједан сегмент рада и пословања, без обзира на величину предузећа или пословног субјекта, не може запоставити и „ослободити“ од бриге за етичким дјеловањем и поступањем.³ Вишеструке су користи које организација има од увођења пословне етике и етичког понашања. Оне су дугорочно исплативе јер се са таквим начином пословања утиче не само на смањење трошкова насталих као посљедица неетичког понашања запослених и осталих чланова привредног друштва, већ се на тај начин развија и етичка клима, јача тимски рад и утиче на позитиван имиџ организације у јавности.

Основно питање које се код пословне етике поставља јесте идентификовање границе којом се одређује да ли је нешто у пословању морално или није. Сматра се да је варање и лагање оправдано са моралног становишта све док се остаје у границама неписаних (уобичајених и подразумеваних) правила пословне и тржишне игре.⁴ Одређивање границе пословне етике за свако лице представља велики изазов. То је питање личне одлуке, властитог

³ Шијаковић, И., (2008). *Пословна етика*, доступно на: <http://www.sijakovic.com/02/poslovna-etika/>, (25.12.2015.)

⁴ Кар, А., (2001), *Да ли је блефирење у послу етично*, Клио, Београд.

доживљаја ситуације, потреба, интереса и мотива, питање властитог моралног интегритета, али и питање културног наслеђа, очекивања и притисака који долазе из предузећа и окружења.⁵ Са друге стране, сматра се да је кључни проблем пословне етике практично спровођење етичких принципа у пословном свијету, из разлога што се она не може изједначити са чистом етиком. Поље дјеловања пословне етике налази се између тежње за профитом и чистих етичких принципа, па се етичност огледа у извршавању циљева свих договорених страна јер се у пословним активностима готово ништа не чини само за опште добро, него је присутна и лична корист. Тако се етичност у пословном свијету односи на коректно извршавање преузетих циљева за које смо одговорни другој страни.⁶

У данашњем глобалном свијету пословна етика постала је незамењив дио пословне праксе и предуслов за остварење успјешности пословања у кратком, али и у дугом року. Она добија стратешки значај јер се помоћу ње у организацији ствара систем управљања који је утемељен на етичким принципима, чиме се омогућава квалитетно одговарање на захтјеве свих интересних група које су директно или индиректно везане за организацију. Сматра се да ће успјешне бити само оне организације које не одвајају етичност од профитабилности већ их успјешно усклађују у свом пословању.⁷

Да би се пословна етика могла регулисати, потребно је дефинисати и прецизирати њене принципе. Ово је омогућено израдом кодекса пословне етике који се још називају кодекси пословног понашања или етички кодекси. Ови кодекси односе се на скупове формалних и неформалних правила, шема, прописа и добрих обичаја у пословном понашању и служе као оквир у којем би се требало кретати како би се на тај начин формално олакшало пословање у све компликованијим условима на тржишту. Може се рећи да пословна етика представља „душу“ друштвено одговорног понашања компаније, али не само у форми усвојених правилника и етичких кодекса, већ они морају бити стварни одраз синергије и комуникације са унутрашњим и вањским окружењем. Сматра се да ту треба тражити почетак и крај одрживог пословања које у комуникацији са јавношћу ствара онај повратни утег за све интересне скупине да уложе свој капитал управо у компанију за коју, у доброј нади и вјери, вјерују да води рачуна о заштити уложених вриједности.⁸ Образовање, вјерске и

⁵ Шијаковић, И., (2008). *Пословна етика*, доступно на: <http://www.sijakovic.com/02/poslovna-etika/>, (5.1.2016.)

⁶ Будеш, Р., (2009). *Пословна етика*, доступно на: http://filaks.hr/index.php?option=com_content&task=view&id=25&Itemid=72, (23.8.2015.)

⁷ Алексић, А. (2007). *Пословна етика – елемент успјешног пословања*, Зборник економског факултета у Загребу (1), Загреб.

⁸ Катичић, Љ. (2010). *Пословна етика у пословању као императив*, доступно на: <http://www.ebizmags.com/poslovna-etika-u-poslovanju-kao-imperativ/>, (26.8.2015.)

културне организације, затим породица, као основна ћелија друштва, формирају етичке стандарде који се заједно са цјелокупним културним наслеђем преносе са генерације на генерацију. И док битни аспекти пословања доживљавају бројне промјене, многи етички стандарди, који се данас примјељују, остали су непромијењени и по неколико вијекова.⁹

Данашњи свијет је свијет корпорација, а моћ појединих и не малог броја компанија надилази моћ значајнијег броја држава. Логичним се чини питање гдје је ту управа моћних корпорација и у чијем интересу треба да води компанију и има ли ту мјеста за етику.¹⁰ С обзиром да се корпоративно управљање односи на моћ и контролу која се врши путем корпорација, оно неминовно подразумијева и одређену етичку димензију. Како се корпорацијама може управљати и споља и изнутра, могуће је на различите начине утицати на интересе оних који су повезани са корпорацијама, како на користан, тако и на штетан начин. Сходно томе, управљање корпорацијама може се процијенити помоћу различитих етичких вриједносних категорија као што су: фер или нефер, одговорно или неодговорно и етички или неетички. Иако етика није увијек дефинисана на експлицитан начин у привредном праву и кодексима корпоративног управљања, на било који начин не умањује се чињеница да етичка димензија увијек постоји у корпоративном управљању.

Етичка димензија корпоративног управљања може се манифестовати на два нивоа.¹¹ Први и примарни ниво који на директан или индиректан начин утиче на корпоративно управљање је основна етичка оријентација система корпоративног управљања. Ова етичка оријентација система или кодекса корпоративног управљања зове се етика корпоративног управљања. Други ниво на којем се етика манифестује у корпоративном управљању бави се начином на који се од корпорација тражи, или им се препоручује, да управљају својим етичким питањима. Ова димензија се у значајној мјери односи на управљање корпоративном етиком.

У времену када се све или готово све мјери тржишним критеријумима и има своју цијену, ма како нелогично звучало, може се поставити и питање колико кошта (не)етичко понашање менаџера. Одговор на ово питање може бити различит, зависно од интереса и морала оних који дају одговор. Морално прихватљив одговор би био

⁹ Лојпур, А., (2004). *Корпорацијско управљање у теорији и пракси приватизације*, Економски факултет, Подгорица, стр. 215.

¹⁰ Лојпур, А., Куљак, М. (2005). *Менаџмент*, Економски факултет, Подгорица, стр. 314.

¹¹ Rossouw, G. J. (2005). *Business ethics and corporate governance: A global survey*. *Business and Society* 44(1), p. 32–39.

Rossouw, G. J. (2011). *The Ethics of Corporate Governance in Global Perspective*, p. 330 u Brink, A., *Corporate Governance and Business Ethics*, Springer Dordrecht Heidelberg London New York

да етичко понашање нема цијену или да се не може мјерити и исказивати новчаним показатељима. Међутим, непоштовање етичких норми може имати веома високу политичку, економску и социјалну цијену, која се може исказати и бројчаним показатељима и сагледати кроз судбине људи који су постали жртве моралног пада друштва.¹²

КОДЕКС ПОСЛОВНЕ ЕТИКЕ

Кодекс пословне етике као документ треба да промовише етичко понашање унутар компаније и да онемогући недолучно понашање у корпорацијама. Међутим, иако су етички кодекси широко распрострањени у многим земљама, питање њихове ефикасности још увек је отворено за расправу.¹³ Док се у неким студијама закључује да кодекси могу бити валидно средство за повећање етичности корпоративних радњи¹⁴, друге студије нису показале никакве значајне ефекте ових кодекса¹⁵. Ипак, сматра се да кодекси свакако могу бити од велике помоћи за побољшање етичности корпоративних радњи, али само развијање и успостављање ових кодекса није довољно јер се на тај начин не гарантује да чланови корпорације поступају у складу са прописаним нормама. Умјесто тога, компанија мора да имплементира свој етички кодекс у предузећу.¹⁶ Кодекс пословне етике заједно са кодексом корпоративног управљања треба да представља основ пословне политике привредних субјеката неке државе.

Да би се објаснио значај и улога кодекса пословне етике, најбоље је описати све области које се помоћу њега регулишу. Већина ових кодекса има исти или сличан садржај у државама које су га усвојиле и законом прописале. Тако ће у наредном тексту бити представљени и објашњени дијелови кодекса који је усвојен у Републици Српској, али и из кодекса усвојених у земљама из окружења. Кодекс пословне етике служи за успостављање вишег моралног нивоа привредних субјеката у самој организацији. Овим кодексом дефинишу се вриједности и на њима заснована пожељна понашања која се очекују, али и она која се неће толерисати. Већина кодекса пословне етике састоји

¹² Вемпф Ђурковић, Ј. (2011). *Етичка одговорност менаџера у условима светске економске кризе*, Acta Economica, Економски факултет Универзитета у Бањој Луци, стр 137.

¹³ Kaptein, M. (2004). *Business codes of multinational firms: What do they say?* Journal of Business Ethics 50, Kluwer Academic Publisher, Netherlands, p. 13–31.

¹⁴ Trevino, L.K. Weaver, G. R., (2001). *Organizational justice and ethics program "followthrough": Influences on employees' harmful and helpful behavior*. Business Ethics Quarterly 11(4), Cambridge University Press, p.651–671.

¹⁵ Cleek, M.A., and S.L. Leonard, (1998). *Can corporate codes of ethics influence behavior?* Journal of Business Ethics 17(6), Kluwer Academic Publisher, Netherlands, p. 619–630.

¹⁶ Talaulicar, T. (2011). *Corporate Codes of Ethics: Can Punishments Enhance Their Effectiveness?*, p. 89 u Brink, A., *Corporate Governance and Business Ethics*, Springer Dordrecht Heidelberg London New York.

се из неколико засебних цјелина које регулишу одређене дијелове пословања предузећа, па се он може подијелити на више дијелова који ће бити посебно образложени у овом раду.¹⁷

Први дио кодекса углавном се односи на основне одредбе, а оне обухватају питања као што су: област примјене кодекса, принципи и правила пословне етике, сврха кодекса и лица на које се кодекс односи. Ако се пође од области примјене, може се рећи да принципи и правила пословне етике који су утврђени кодексом на државном нивоу најчешће обавезују све привредне субјекте, чланове привредне коморе, запослене, чланове органа и лица ангажована по уговорном основу у привредном субјекту. Тако се кодексом обавезују привредни субјекти, његови огранци (филијале), као и зависна друштва. Кодекса се морају придржавати и страни привредни субјекти који послују на територији одређене државе, као и сви остали учесници у привредном животу. Основне одредбе обухватају и одређена правила и принципе који су дефинисани у самом кодексу, а чије се поштовање подразумева. Сврха израде самог кодекса у основи има за циљ да помогне привредним субјектима да своје пословне активности обављају у духу пословног морала, добрих пословних обичаја и начела савјесности и поштења. Помоћу кодекса се жели омогућити транспарентност пословања свих привредних субјеката. У првом дијелу најчешће се прецизирају и лица на која се кодекс односи. Тако су његова правила и принципи пословне етике обавеза за све запослене у привредним субјектима, самог предсједника, чланове управног, надзорног, извршног и одбора за ревизију, али и на сва лица која су ангажована на основу одређених уговора за обављање одређене дјелатности у име привредног субјекта. Поред кодекса пословне етике, чланови управног и извршног одбора дужни су да се прилагоде и правилима кодекса корпоративног управљања.

Други дио кодекса дефинише основна начела, а то су: начело личне одговорности, начело законитости пословања, начело савјесности и поштења, начело забране злоупотребе права, начело поштовања пословних партнера, начело вођења преговора, начело састављања уговорних одредаба, начело забране закључивања фиктивних и симплованих уговора, начело дужности испуњења обавеза, начело извршавања обавеза и остваривања права и начело мирног рјешавања спорова.

Трећи дио кодекса посвећен је унутрашњим односима у привредном субјекту и обухвата неколико дијелова. Њиме се дефинишу права и обавезе запослених, као и положај чланова органа привредног субјекта, запослених и лица ангажованих на основу уговора, односно различитих лица која на било који начин учествују у раду друштва. У ова лица убрајају се: директори, чланови управног, надзорног, извршног и одбора за ревизију, интерни ревизор и други чланови

¹⁷ Привредна комора Републике Српске, *Етички кодекс*, доступно на: http://www.komorars.ba/pkrs/static/92/regulativa_PKRS, (17.8.2015.)

привредног друштва. Овај дио такође дефинише и заштиту одговарајуће имовине привредног субјекта, као и вођење одговарајућих пословних књига и записника.

Поред унутрашњих односа, кодекс дефинише и спољашње односе. У овом дијелу могу се наћи информације и правила регулисања различитих односа, као што су: односи према потрошачима, купцима, добављачима, финансијерима, власницима, као и односи са јавношћу и државним органима.

Пети дио кодекса који се односи на заштиту слободне конкуренције говори о неколико подручја, и то: забрани предузимања радњи којима се нарушава слободна конкуренција, прикупљању информација о конкурентима, забрани угрожавања и повреде пословног угледа других привредних субјеката, забрани подражавања туђих производа или услуга, забрани бојкота, забрани злоупотребе доминантног положаја, забрани монополских споразума, забрани злоупотребе монополског положаја, забрани нелојалне конкуренције, забрани шпекулације и забрани ограничавања тржишта.

Кодекс пословне етике дефинише и заштиту животне средине, прописује и дужност привредних субјеката да подстичу јачање свијести о значају заштите животне средине, што се обезбијеђује усавршавањем процеса рада, системом научноистраживачког и технолошког развоја и популаризацијом заштите животне средине.

Након свих наведених дијелова, сваки Кодекс садржи и дио који се односи на правила његовог поштовања, а у којем се дефинише његова примјена и надзор над примјеном.

РЕГУЛИСАЊЕ ПОСЛОВНЕ ЕТИКЕ У РЕПУБЛИЦИ СРПСКОЈ

Када је ријеч о регулисању пословне етике у Републици Српској, потребно је кренути од важећих закона којима се регулише рад свих привредних субјеката. Ту је прије свега потребно навести Закон о привредним друштвима којим се уређује оснивање привредних друштава, управљање друштвима, права и обавезе оснивача, ортака, чланова и акционара, повезивање, реорганизација и ликвидација привредних друштава. При томе се под привредним друштвима подразумијевају правна лица која оснивају правна и/или физичка лица ради обављања дјелатности у циљу стицања добити. Овај Закон објављен је у Службеном гласнику Републике Српске 31.12.2008. г.

Члан 309. овог Закона говори о кодексу понашања и односи се на регулисање етике. У првом ставу поменутог члана наводи се да је управни одбор отвореног акционарског друштва, чије су акције уврштене на службено берзанско тржиште, *дужан да донесе свој писани кодекс понашања или прихвати стандарде корпоративног управљања које доноси Комисија за хартије од вриједности Републике Српске*. У другом ставу овог члана наводи се да *акционарско друштво кодекс понашања објављује на својој интернет страници*, што представља основ за истраживање у раду. Трећи став прописује обавезу управног одбора да *на свакој годишњој скупштини у*

годишњем извјештају о пословању даје изјаву о усклађености организације и дјеловања са кодексом понашања и објашњава сваку неусклађеност друштва са кодексом понашања ако је до ње дошло.

Поред поменутог Закона о привредним друштвима, питање етике за предузећа у Републици Српској регулисано је и Кодексом пословне етике Привредне коморе Републике Српске¹⁸ (2006) којим се обавезују пословни субјекти, чланови Привредне коморе РС, запослени, чланови органа и лица ангажована по уговорном основу у пословном субјекту. Овај кодекс обавезује пословне субјекте, његове филијале и представништва у РС и иностранству. Питање пословне етике регулисано је такође и Правилником о извјештавању и објављивању информација од стране емитената хартија од вриједности које су предмет јавне понуде (2007).

МЕТОДОЛОГИЈА ИСТРАЖИВАЊА

Како би се остварили постављени циљеви овог рада, потребно је доказати или оповргнути хипотезу која је постављена у уводу. За потребе истраживања прво је потребно одредити основни скуп, односно популацију из које ће се одабрати узорак предузећа на којима ће се вршити истраживање. Основни скуп обухвата све привредне субјекте у Републици Српској чијим се хартијама од вриједности трговало на тржишту капитала (Бањалучка берза) у току 2015. године (на дан 15.08.2015. године), којих укупно има 561, а који су регистровани у Централном регистру хартија од виједности РС, у регистру емитената код Комисије за хартије од вриједност РС, као у и регистру Привредне коморе Републике Српске. Из наведеног основног скупа, чије су јединице поредане по абecedном реду њихових ознака, издвојиће се одређен бројних оних субјеката на којима ће се извршити испитивање помоћу којег ће се процијенити карактеристике читавог основног скупа. У конкретном случају, величина потребног узорка може се израчунати помоћу бројних калкулатора који се могу пронаћи на интернету.¹⁹ Сви ови калкулатори показују да је за популацију која се састоји од 561 елемента уз ризик грешке од 0,10, односно вјероватноћу од 90 одсто, потребан узорак који би се састојао од 61 елемента.

Да би узорак био што репрезентативнији, узорковање ће се извршити на тај начин да се формира прост случајни узорак чији се процес извлачења заснива на поступку у којем постоји подједнака вјероватноћа да ће било који елемент популације бити изабран у узорак, односно у коме сви могући узорци исте величине имају

¹⁸ Привредна комора Републике Српске - невладина, самостална, стручно-пословна организација, независна и непрофитна јавно-правна асоцијација привредних субјеката и привредних асоцијација са територије Републике Српске, основана Законом о Привредној комори Републике Српске (Службени гласник РС, бр. 65/08).

¹⁹ Калкулатори за одређивање потребне величине узорка: www.surveymonkey.com, www.fluidsurveys.com, www.checkmarket.com

једнаку шансу да буду изабрани.²⁰ Када је у питању прост случајан узорак са понављањем, избор елемената из дефинисане популације такође, се може извршити помоћу поменутих калкулатора на интернет страницама. Уз поштовање правила одсуства замјене (изабрани елемент из популације се враћа у популацију и у наредном кругу опет има шансу да буде изабран у узорак), помоћу апликације се добијају случајни бројеви при чему елементи из дефинисане популације предузећа који се налазе под редним бројевима који су добијени помоћу претходне апликације чине прост случајни узорак.

Анализа и истраживање узорка провешће се коришћењем неколико метода истраживања. На основу добијених резултата о постојању кодекса пословне етике, методом индукције долази се до општих закључака. Метода дедукције користиће се за закључивање од општег ка посебном и појединачном, посебно приликом тумачења одређених закона и правилника. Метода анализе значајна је за анализирање дијелова кодекса, док се методом синтезе ови дијелови, као и дијелови постојећих закона и правилника повезују у цјелину, на основу чега се доносе одређени закључци. Метода класификације служиће за подјелу привредних субјеката из узорка на одређене категорије, односно групе. Помоћу анализе садржаја извршена је анализа интернет страница привредних субјеката из узорка, анализа осталих интернет страница (Бањалучке берзе, Комисије за хартије од вриједности РС, Централног регистра хартија од вриједности РС и Привредне коморе РС), као и анализа докумената који су на њима.

РЕЗУЛТАТИ ИСТРАЖИВАЊА

Резултативеденог истраживања на наведеном узорку добијени су претраживањем садржаја постојећих интернет страница јединица из узорка и анализом докумената који су објављени на страници Бањалучке берзе (Статут, Проспект, сазиви за скупштине акционара, одлуке скупштине и годишњи извјештаји). Први податак који се може добити из представљеног узорка јесте процентуални број привредних субјеката из основног скупа који имају своју интернет страницу, а резултати су представљени у сљедећој табели.

Табела 1. Класификација привредних субјеката према критеријуму постојања интернет странице

	Привредни субјекти	Број	Процент %
1.	Имају интернет страницу	26	42,62
2.	Немају интернет страницу	35	57,38
	УКУПНО	61	100

Извор: аутор

²⁰ Singh, R. & Singh Mangat, N. (1996). *Elements of Survey Sampling*. Dordrecht, Netherlands: Springer Science+Business Media, стр 30.

Да би се и остали резултати анализе лакше сагледали, привредни субјекти из узорка могу се подијелити на три групе:

1. Субјекти који на основу података са интернет страница немају усвојен, а ни објављен кодекс,
2. Субјекти који на основу наведених података имају само усвојен кодекс,
3. Субјекти који према интернет подацима имају и усвојен и објављен кодекс.

На основу резултата анализе може се направити збирна табела која показује укупан број привредних субјеката који спадају у претходно наведене групе, и то: укупан број оних који немају кодекс, укупан број оних који имају само усвојен кодекс, као и укупан број оних који имају и усвојен и објављен кодекс пословне етике, што је приказано у наредној табели.

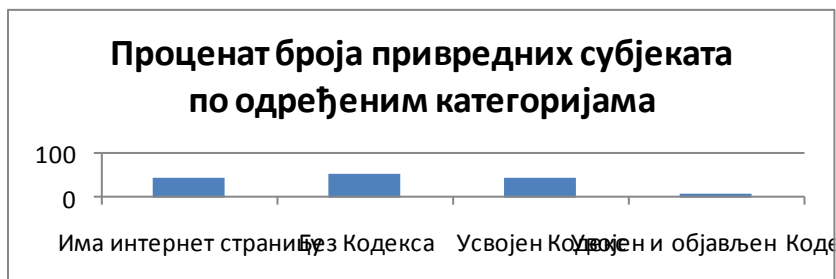
Табела 2. Класификација привредних субјеката по критеријуму постојања кодекса

	Привредни субјекти	Број	Процент %
1.	Немају кодекс	31	50,82
2.	Имају само усвојен кодекс	26	42,62
3.	Имају усвојен и објављен кодекс	4	6,56
	УКУПНО	61	100

Извор: аутор

Да би се лакше сагледали подаци из претходне двије табеле, представљени су помоћу јединственог графикана.

Слика 1. Графички приказ процентуалног броја субјеката по одређеним категоријама



Извор: аутор

На основу добијених резултата, може се закључити да само 42,62% привредних субјеката који емитују своје хартије од вриједности има своју интернет страницу, што је у супротности са Законом о привредним друштвима, али и са одговарајућим правилницима Комисије о објављивању података.

Закон о привредним друштвима, такође, дефинише и обавезу свих акционарских друштава да на својим интернет страницама објављују Кодексе понашања. Међутим, резултати показују лоше стање у Републици Српској, гдје чак 50,82% привредних субјеката на својим интернет страницама, у својим статутима и осталим објављеним документима нигдје не наводи постојање овог кодекса. Претраживањем поменутих база података постојање усвојеног кодекса могло се открити на интернет страницама привредних субјеката, из њихових статута или из објављених докумената као што су: сазиви за скупштине акционара, одлуке одржаних скупштина или годишњи извјештаји. На основу спроведеног истраживања на узорку, може се закључити да 42,62% привредних субјеката из основног скупа има усвојен, али не и објављен кодекс. Најмањи проценат привредних субјеката представљају она предузећа која имају усвојен кодекс, а који је уз то и објављен на њиховим интернет страницама. Од укупно 61 привредних субјеката само су 4 оваква, што чини свега 6,56% од укупног броја. На основу ових резултата може се рећи да мање од половине, односно 49,18% привредних субјеката (укупно 30 од 61) има усвојен и/или објављен кодекс пословне етике.

Поред наведених резултата, веома битно је напоменути да је анализа годишњих извјештаја свих предузећа из узорка показала да само њих 5 (8,20 %) у својим годишњим извјештајима о пословању имају изјаву о усклађености организације и њеног дјеловања са кодексом понашања, што је супротно поменутом трећем ставу из члана 309. Закона о привредним друштвима Републике Српске.

ЗАКЉУЧАК

Пословна етика најједноставније се може на одговарајући начин дефинисати као примјењивање или уважавање етичких принципа у свим пословним активностима.

Ако се посматрају глобални услови пословања, може се закључити да пословна етика има растући значај за све привредне субјекте, а посебно за оне који своје хартије од вриједности емитују на тржиштима капитала. Бројни су разлози који су довели до тога да етика постане незамјењив дио пословне праксе и предуслов за остварење успјешности пословања у кратком, али и у дугом року. Она добија стратешки значај јер се помоћу ње у организацији ствара систем управљања који је утемељен на етичким принципима, чиме се омогућава квалитетно одговарање на захтјеве свих интересних група које су директно или индиректно везане за организацију.

Усвајање и објављивање кодекса пословне етике, којим се дефинишу правила, принципи и добри обичаји у пословном понашању, једно је од најефикаснијих средстава за постизање циљева организације. Осим што утиче на побољшање репутације, побољшање

управљања ризиком и кризама, унапређивање комуникације са носиоцима интереса, развијање корпоративне културе и стављање корпоративне вриједности у први план, он утиче и на избегавање судских спорова привредног субјекта.

У овом раду полази се управо од проблема усвајања и објављивања кодекса пословне етике у привредним субјектима у Републици Српској, гдје се на основу узорка покушало показати тренутно стање у вези са посматраним проблемом.

Резултати истраживања показали су да највећи број привредних субјеката чине она предузећа код којих се у различитим базама података на интернет страницама нису могли пронаћи подаци о постојању кодекса пословне етике (50,82%). Нешто мањи број чине они привредни субјекти за које су пронађени подаци да имају усвојен поменути кодекс, али његов садржај није јавно објављен (42,62%), док у трећу групу спадају они привредни субјекти који имају усвојен и објављен кодекс пословне етике на интернет страницама (6,56%).

На основу добијених резултата доказана је постављена хипотеза која тврди да већина акционарски друштава из Републике Српске нема усвојен и објављен кодекс пословне етике, чиме се она прихвата као истинита. Из свега наведеног може се закључити да усвајање и објављивање кодекса пословне етике има бројне предности за све привредне субјекте, па тако и за привредне субјекте из Републике Српске и Босне и Херцеговине.

BUSINESS ETHICS AND CORPORATE GOVERNANCE

Dragana Došenović, mr

Abstract: The main theme of this paper is business ethics, with a particular focus on the code of ethics. Since ethics is gaining importance in today's business environment, it has become an indispensable part of business practices. The adoption and publication of the code of ethics becomes a prerequisite for the successful business and for the achievement of the objectives of the organization. For this reason, the purpose of this paper is to describe the role and importance of business ethics, as well as to point out the benefits of adoption and publication which the code of ethics has for businesses.

Given the importance and the role that large, complex operating systems have for the economy of each country, this paper will exhibit the importance of business ethics for corporations. Data on the percentage share of corporations that do not have a code of business ethics, as well as those that have adopted or published a code of ethics indicate bad situation in relation to business ethics in the Republic of Srpska.

Based on the analysis and conducted research, the paper had a number of conclusions on the basis of which has been proven that business ethics is of great importance for businesses. It is also proven that most corporations in the Republic of Srpska do not have a code of business ethics, which indicates the need to devote greater attention to the issue of business ethics.

Keywords: *business ethics, a code of business ethics, corporate governance, business entities.*

ЛИТЕРАТУРА

1. Cleek, M.A., S.L. Leonard. (1998). *Can corporate codes of ethics influence behavior?* Journal of Business Ethics 17(6), Kluwer Academic Publisher, Netherlands.
2. Kaptein, M. (2004). *Business codes of multinational firms: What do they say?* Journal of Business Ethics 50, Kluwer Academic Publisher, Netherlands.
3. Rossouw, G. J., (2005)., *Business ethics and corporate governance: A global survey.* Business and Society 44(1).
4. Rossouw, G., J. (2011). *The Ethics of Corporate Governance in Global Perspective* in Brink, A., *Corporate Governance and Business Ethics*, Springer Dordrecht Heidelberg London New York.
5. Singh, R., Singh Mangat, N. (1996). *Elements of Survey Sampling*, Dordrecht, Netherlands: Springer Science+Business Media.
6. Talaulicar, T. (2011). *Corporate Codes of Ethics: Can Punishments Enhance Their Effectiveness?*, Springer, Netherlands.
7. Trevino, L.K., G.R. Weaver, (2001), *Organizational justice and ethics program "followthrough": Influences on employees' harmful and helpful behavior.* Business Ethics Quarterly 11(4), Cambridge University Press.
8. Алексић, А. (2007). *Пословна етика – елемент успјешног пословања*, Зборник економског факултета у Загребу (1), Загреб
9. Будеш, Р. (2009). *Пословна етика*, доступно на: http://filaks.hr/index.php?option=com_content&task=view&id=25&Itemid=72
10. Вемић Ђурковић, Ј. (2011). *Етичка одговорност менаџера у условима светске економске кризе*, Acta Economica, Економски факултет Универзитета у Бањој Луци, Бања Лука
11. Кар, А. (2001). *Да ли је блефирење у послу етично*, Клио, Београд
12. Кагичић, Љ. (2010). *Пословна етика у пословању као императив*, доступно на: <http://www.ebizmags.com/poslovna-etika-u-poslovanju-kaao-imperativ/>
13. Лојпур, А. (2004). *Корпорацијско управљање у теорији и пракси приватизације*, Економски факултет, Подгорица
14. Лојпур, А., Куљак, М. (2005). *Менаџмент*, Економски факултет, Подгорица
15. Народна скупштина Републике Српске. (2008). *Закон о привредним друштвима*. Службени гласник Републике Српске, бр. 127/08 и 58/09.
16. Привредна комора Републике Српске; *Етички кодекс*, доступно на: http://www.komors.ba/pkrs/static/92/regulativa_PKRS
17. Чох, Ћ. (2011). *Пословна етика*, доступно на: <http://www.scribd.com/a580580/d/2526414-poslovna-etika-skripta-200>
18. Шијаковић, И. (2008). *Пословна етика*, доступно на: <http://www.sijakovic.com/02/poslovna-etika/>