

Etičke norme i zakonski okviri trgovine u Republici Hrvatskoj

Soldo, Ivona

Master's thesis / Diplomski rad

2021

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of Economics in Osijek / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:145:546775>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-11-20**



Repository / Repozitorij:

[EFOS REPOSITORY - Repository of the Faculty of Economics in Osijek](#)



Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku
Ekonomski fakultet u Osijeku
Diplomski studij Logistički menadžment

Ivona Soldo

Etičke norme i zakonski okviri trgovine u Republici Hrvatskoj

Diplomski rad

Osijek, Rujan 2021.

Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku
Ekonomski fakultet u Osijeku
Diplomski studij Logistički menadžment

Ivona Soldo

Etičke norme i zakonski okviri trgovine u Republici Hrvatskoj

Diplomski rad

Kolegij: Ekonomika trgovine

JMBAG: 0010217805

e-mail: ivonasoldo570@gmail.com

Mentor: izv.prof.dr.sc. Dražen Čučić

Osijek, 2021.

Josip Juraj Strossmayer University of Osijek
Faculty of Economics in Osijek
Graduate Study Logistics management

Ivona Soldo

**Ethical norms and legal frameworks of trade in Republici
Hrvatskoj**

Graduate paper

Osijek, 2021

IZJAVA
O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI,
PRAVU PRIJENOSA INTELEKTUALNOG VLASNIŠTVA,
SUGLASNOSTI ZA OBJAVU U INSTITUCIJSKIM REPOZITORIJIMA
I ISTOVJETNOSTI DIGITALNE I TISKANE VERZIJE RADA

1. Kojom izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da je diplomski (navesti vrstu rada: završni / diplomski / specijalistički / doktorski) rad isključivo rezultat osobnoga rada koji se temelji na mojim istraživanjima i oslanja se na objavljenu literaturu. Potvrđujem poštivanje nepovredivosti autorstva te točno citiranje radova drugih autora i referiranje na njih.
2. Kojom izjavljujem da je Ekonomski fakultet u Osijeku, bez naknade u vremenski i teritorijalno neograničenom opsegu, nositelj svih prava intelektualnoga vlasništva u odnosu na navedeni rad pod licencom *Creative Commons Imenovanje – Nekomercijalno – Dijeli pod istim uvjetima 3.0 Hrvatska*.
3. Kojom izjavljujem da sam suglasan/suglasna da se trajno pohrani i objavi moj rad u institucijskom digitalnom repozitoriju Ekonomskoga fakulteta u Osijeku, repozitoriju Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku te javno dostupnom repozitoriju Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu (u skladu s odredbama Zakona o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju, NN br. 123/03, 198/03, 105/04, 174/04, 02/07, 46/07, 45/09, 63/11, 94/13, 139/13, 101/14, 60/15).
4. izjavljujem da sam autor/autorica predanog rada i da je sadržaj predane elektroničke datoteke u potpunosti istovjetan sa dovršenom tiskanom verzijom rada predanom u svrhu obrane istog.

Ime i prezime studenta/studentice: Ivona Soldo

JMBAG: 0010217805

OIB: 19364937146

e-mail za kontakt: ivonasoldo570@gmail.com

Naziv studija: Logistički menadžment

Naslov rada: Etičke norme i zakonski okviri trgovine u RH

Mentor/mentorica diplomskog rada: izv.prof.dr.sc. Dražen Ćućić

U Osijeku, 15. Rujan, 2021. godine

Potpis

Ivona Soldo

SAŽETAK

Cilj rada je pobliže pojasniti odnosno opisati proces implementacije etičkih normi uz definirane zakonske propise u Republici Hrvatskoj, njihove prednosti i nedostatke s kojima se svaka država susreće uz postojeću moralnu praksu ljudi. Etika predstavlja skup pravila koji definiraju određeni moral odnosno moralno ponašanje, a koja su ujedno važna i za svakidašnji ljudski život. Etika se kao poslovna filozofija javlja u Staroj Grčkoj u 16. stoljeću te je usko povezana uz upoznavanje različitih običaja i vrijednosti kao važećim adutima svakog društva. Uz etiku se vežu i etičke norme koje obuhvaćaju kodekse i principe odgovarajućeg ponašanja. S obzirom na to, etično ponašanje smatra se ključem uspjeha svake organizacije u smislu razlučivanja dobrog – prihvatljivog i lošeg – neprihvatljivog ponašanja. Zakonski okviri predstavljaju skup propisanih pravila izvedbe trgovinske djelatnosti koji uključuju specifične propise, opće propise te propise iz područja društvenog odgovornog poslovanja i upravo zato je potrebno implementirati obveze koje su određene odredbama takvih zakona. Dužnost svake države je kontinuirana kontrola i analiza kretanja propisanih zakona i podzakona u poslovnoj praksi.

Ključne riječi: etika, etičke norme, kodeks, zakon, trgovina

SUMMARY

The aim of this report is to clarify or describe the process of implementation of ethical norms with defined legal regulations in the Republic of Croatia, their advantages and disadvantages that every country deals with, in addition of the existing moral practice. Ethics represents several rules that define a particular moral or moral behaviour, which are also important in the everyday life. Ethics, as a work philosophy, appeared in Ancient Greece in the 16th century and is closely related to getting to know different customs and values as valid trump cards of every society. In addition to ethics, ethical norms include codes and principles of an appropriate behavior. In that regard, ethical behaviour is considered the key to the success of any organisation in terms of distinguishing between good – acceptable, and bad – unacceptable behaviour. Legal frameworks represent a set of rules for the performance of trade activities, which include specific regulations, general regulations, and regulations in the field of corporate social responsibility. That is why it is necessary to implement the obligations set out in the provisions of such laws. It is the duty of each state to continuously control and analyse the movement of prescribed laws and bylaws in business practice.

Key words: ethics, ethical norms, codex, law, trade

Sadržaj

1. Uvod.....	1
2. Etika i utjecaj etike.....	2
2.1. Povijest etike	3
2.2. Etičke norme	5
2.3. Etički kodeks.....	6
3. Kritike u etičkom poslovanju	8
3.1. Biti etičan ili ne?	9
3.2. Poslovna etika i poslovanje	11
3.3. Poslovna etika – etično odlučivanje	13
4. Etičke norme u trgovini	16
5. Etika u suvremenom poslovanju.....	19
5.1. Jačanje razvoja suvremenog poslovanja etike na primjeru etičkog kodeksa	20
6. Društveno odgovorno poslovanje.....	23
6.1. DOP u Republici Hrvatskoj.....	24
7. Etika i zakonski okviri	27
8. Zakonski okviri trgovine u RH	29
8.1. Opći propisi.....	30
8.2. Specifični propisi vezani uz obavljanje trgovine	31
8.3. Propisi vezani uz područje društveno odgovornog poslovanja	32
9. Zaključak	33
LITERATURA	34
Popis priloga	36
Popis tablica.....	36
Popis slika.....	36

1. Uvod

Važnost etike tijekom njenog početka ovisila je u velikoj mjeri o vodećim filozofima i o njihovim naukama određenog društva i njihovim kultura. Uloga etičkih normi na temelju propisanih pravila ponašanja provodila se u svim oblicima društva kako bi određeno društvo bilo definirano i pravilno razvijeno. Shvaćanje i u pravilu, poštivanje etičkih normi u skladu sa određenim zakonom, utječe na aktivnosti pojedinaca kako bi njegove akcije bile poželjne tijekom stvaranja pozitivnih posljedica. Dakle, koliko god se etika smatra iznimno važnom, kao dio etike smatraju se definirani etički kodeks i društveno odgovorno ponašanje tijekom poslovanja. Dakle, ukoliko dođe do nepoštivanja jednog od navedenih pojmova, poduzeće niti pojedinac neće ostvariti željeni cilj koji je ujedno i preduvjet za stvaranje dugoročne slike uspjeha.

Cilj i svrha rada odnose se na definiranje pojmova kao što su etika, poslovna etika, etički kodeks, DOP na način da se svi međusobno povežu sa zakonskim okvirima trgovine u Republici Hrvatskoj. S obzirom da postoje činjenice da određena poduzeća etiku i ostvarenje uspješnog etičkog poslovanja provode na različit način, navest će se i nekoliko primjera kako bi se uočila razlika, a samim time i vidljive prednosti i nedostaci.

Sam rad sastoji se od devet cjelina, gdje se u prvom dijelu rada obrađuju cjeline vezane u etiku, njenu povijest i nastanak. Međutim, provedena je i usporedba etike i morala, njena pozicija i stupanj provedbe na današnjem tržištu. Drugi dio rada odnosi se na zakonske okvire trgovine na području Republike Hrvatske i svim zakonima koji se vežu uz njih, bit će definirani opći, specifični i propisi vezani uz društveno odgovorno poslovanje.

2. Etika i utjecaj etike

Etika se kao filozofska disciplina pojavljuje u Grčkoj čiji su utemeljitelji stari Grci uz prisustvo bogova Platona, Sokrata i Aristotela. Oni su promicali i propagirali razlikovanje dobra i zla, međusobno poštivanje i ponašanje i u konačnici, uvažavanje ljudske zajednice za dobrobit društvenog života. Etika predstavlja skup pravila koji definiraju određeno moralno ponašanje odnosno etika je znanost o moralu svakog pojedinca. Dolazi od grčke riječi ethos – običaj, moral ; koja se može smatrati disciplinom prilikom donošenja odluka na temelju kriterija moralnog vrednovanja. Uz brojne neusklađenosti etike i morala, poželjno ljudsko ponašanje odnosi se na slobodni izbor svakog čovjeka da se ponaša onako kako on sam odabire iz čega proizlazi njegov „moralni izbor“. Etika proučava primjenu moralnog odlučivanja između dobrog i lošeg odnosno izbor s kojim se većina ljudi u svakodnevnom životu susreće, stoga činiti dobro je dužnost svakoga od nas.

Prema Vujić, Ivaniš, Bojić (2016) etika se obično dijeli na dvije skupine – teorijsku i praktičnu:

1. Teorijska etika: Filozofska (filozofija morala) i Teologijska (moralna teologija)
2. Praktična etika: Osobna, Zakonska i Poslovna (Radna i Profesionalna)

Prema Vujić, Ivaniš, Bojić (2016) teorijska etika podrazumijeva proučavanje i promišljanje morala svakog pojedinca, skupine ljudi ili nekog društva u cjelini i sl. Zato se može reći kako se ona bavi i analiziranjem i izučavanjem razlika među tim ljudima te dobro-lošeg moralnog ljudskog ponašanja. S druge strane, praktična etika određuje propisana pravila i norme prihvatljivog tj. dobrog ponašanja i njihovo djelovanje pri različitim situacijama profesionalnih dužnosti.

Etika se u velikom obujmu poistovjećuje sa pojmom „moral“ pri čemu različiti teoretičari preferiraju određivanje razlike između ta dva pojma kako u filozofskom značenju tako i u teorijskom značenju. Moral dolazi od latinske riječi mos, moris ; običaj koji po Vig (2019.) „etika predstavlja skup pravila određenog društva i društvene klase o sadržaju i načinu

međusobnih odnosa ljudi i ljudskih zajednica te predstavlja ispravnost, poštenje, čestitost, krepost, vrlinu i etiku uopće“.

Prema Kikač (2007). veliki moralni sustavi i njima pripadajuća temeljna mjerila moralne ispravnosti su:

- „etika vrline
- etika ljubavi
- etika dužnosti i
- etika dobrobiti“

Poželjni nastup na tržištu, bilo domaćem ili inozemnom, uvelike ovisi o propisanom etičnom ponašanju i kao što je na početku rečeno, moralnom promicanju poštivanja odnosa među ljudima. Činjenica je da se etika primjenjuje svaki dan neovisno o kojoj životnoj ili poslovnoj situaciji je riječ, stoga je važno staviti naglasak na etičnost. U svezi s tim, podrazumijeva poštivanje visokih ispravnih standarda u poslovanju, propisanih pravila, zakona, bontona i svih odluka koje su povezane s društvenim odgovornim poslovanjem te teže zajedničkom poslovnom uspjehu. Dio je suvremene menadžerske organizacije koja je posljednjih godina u Hrvatskoj doprinijela razvoju i u većem stupnju, educiranju menadžera. Očekuje se pridržavanje etičkog morala u i izvan njihove profesije kako bi okolina svakog čovjeka bila pozitivnih i uspješnih karakteristika.

2.1. Povijest etike

Pojam etika podrijetlom je iz antičke Grčke, a dolazi od grčke riječi *ethos* koja u različitom kontekstu ima nekoliko značenja ovisno o načinu pisanja:

- „*éthos* – običaj, navičaj, navada“
- „*ēthos* – boravište, stan, zavičaj, ćud, moralna kakvoća“

Od čovjekova rođenja pa sve do sada, etika je prisutna u njegovom životu, on je stvara. Ovisno o tome, etika nosi ključ uspjeha dugoročnog postojanja ljudskog života kao i dobrih međuljudskih odnosa. Prema Vujić, Ivaniš, Bojić „Znanost o ljudskom ponašanju stari su Grci nazivali *ethike tehne*. S vremenom se ta sintagma skratila izostavljanjem riječi *tehne* (vještina, znanje, znanost) pa je ostalo samo *ethike*“. Etika kao jedna od najstarijih filozofskih

disciplina, vuče svoje korijene još od stare Grčke, zatim Rimskog, Turskog i Austro-Ugarskog Carstva 16. stoljeća. Grčki filozofi Aristotel, Platon i Sokrat dokazuju začetke razvoja etičkih učenja i ljudskog djelovanja, međutim svaki od njih etiku promatra iz drugačijeg aspekta.

Vujić, Ivaniš, Bojić navode „Sokrat koji je smatrao da se vrlina može naučiti jer proizlazi iz znanja: Ako čovjek zna što je dobro, dobro će i činiti“. Iz njegovog aspekta, etika se odnosi na ona pitanja koja se vežu uz „kako dobro živjeti“. Grčki filozof Platon smatrao je da se etika u pojedinim državama ponajviše odnosi na one koji imaju mogućnost viđenja onoga najboljeg, onoga dobrog odnosno na taj način vladajući u državi ostvaruju „mudrost, pravednost, hrabrost i umjerenost. Takav način etičkog učenja ili u drugom smislu etičkog poslovanja, odnosi se ne samo na doprinosu znanja pojedinca nego i znanja na teritoriju cijele države. Prema Platonu, postizanje idela odnosno moralne vrline odnosi se na svaku mudrost koja se može naučiti u životu. „Svoje etičko učenje povezoao je s učenjem u idealnoj državi, koje je iznio u dijalogu *Država*, u kojoj svaki pripadnik staleža (proizvođači, vojnici i činovnici) radi posao za koji je sposoban“. Naime, filozof Aristotel se nije slagao sa Sokratovom i Platonovom mišlju, „Ono što čini ljudsko dobro, povezano je, prema Aristotelu, s politikom kao umijećem vladanja, ali i s ekonomijom kao umijećem predviđanja, a dobro samoga znanja povezano je s karakterom čovjeka“. (Vujić, Ivaniš, Bojić. 2016). Aristotel se ponajviše okreće na slobodnu čovjekovu volju pri koji je svaki čovjek odgovoran za svoje vlastito djelo. On je prvi mislilac koji etiku veže uz čovjekov karakter koji bi trebao biti fokusiran na ostvarenje krajnjeg cilja u smislu „dobrog života“. Prema Babić, Z. (2002) Aristotel naglašava dvije jedinstvene sposobnosti koje su imanentne samo ljudskim bićima, to su razum i volja“. Navedena uvjerenja starih grčkih filozofa objašnjavaju različita shvaćanja etike, a tako i moralnih odnosa među pojedincima. Svakodnevnim razvojem i brojnim istraživanjem, dolazi do proširenja moralnih odnosa među ljudima gdje se središnja točka stavlja na ljudsko ponašanje. Formirani su sinonimi koji se u čestim slučajevima koriste kako se bi na ispravan i kvalitetan način uspjela procijeniti etika, odnosno ljudsko ponašanje u smislu standarda etike.

To su: (Vig, 2019.)

- 1) „dobrobit
- 2) blagostanje te
- 3) sreća“

2.2. Etičke norme

Danas, svaka tvrtka ili bilo koje postojeće poduzeće, u svome cilju ima dugoročne razloge za etično poslovanje. Definirani ciljevi odnose se ponajviše na zadržavanje kvalitetne radne snage, jačanje odnosa sa kupcima/potrošačima, odstupanje od postojeće konkurencije i u konačnici, etično nošenje sa rizikom. Upravo zato se od svake tvrtke očekuje provođenje smislenih normi odnosno etičnog ponašanja što znači da je svaki pojedinac tj. svako društvo odgovorno za svoju poslovnu budućnost. Naime, tako definirane etičke norme ovise o funkcioniranju pojedinog društva, njegovog poslovanja, međusobnim odnosima, rješavanju problematike i daljnjem rast tvrtke. Uz razlučivanje dobrog od lošeg odnosno prihvatljivog i neprihvatljivog ponašanja, etičke norme vezana uz definirana pravila o onomu što je ispravno. Budući da je ponekad vrlo teško razlikovati dobro od lošega, slobodno se može reći da još uvijek ne postoji niti jedna etička teorija koja se može smatrati prihvatljivom za sve. U nastojanju da se ta dva pojma uspješno definiraju, velik broj religija o njima ovisi, odnosno na temelju takvih odluka jedan ljudski život dobiva smisao. Takve religije kao jednu od uspješnih odrednica vrijednosti i namjere održavanja uspješnog vodstva definiraju propisana pravila na temelju kojih se mogu pretpostaviti etičke norme.

To su: (Segetlija, 2011.)

- 1) „Samoodricanje i spremnost na trpljenje radi vlastitog i općeg dobra,
- 2) Poštivanje života
- 3) Poštivanje drugih ljudi, pa čak i ljubav prema njima,
- 4) Nenasilje i miroljubivost
- 5) Poštovanje tuđeg vlasništva
- 6) Umjerenost u jelu, piću, i suzdržavanje od tjelesnih užitaka,
- 7) Bezuvjetna iskrenost te
- 8) Poštene namjere u riječima, mislima i djelima“.

„Danas se sve češće spominje platinasto pravila koje kaže da treba *tretirati druge kako bi oni željeli biti tretirani*“. Prema Vig (2019) kada se govori o Platinastom pravilu, uzimaju se u obzir osjećaji svih pojedinaca odnosno za razliku od zlatnog pravila gdje se fokusira na *ono što mi smatramo da je dobro za drugoga* prebacuje na *prepoznavanje onoga što ta druga osoba smatra prikladnim*. U pogledu na zadovoljenje osnovnih psiholoških i fizioloških

potreba pojedinaca na cijelome svijetu, ključno je načelo koje mora biti implementirano. Prema (Vig, 2019.) danas, etičke norme uključuju brojnu potragu za definiranjem različite hijerarhije potreba tj. popisa potreba. Takvi popisi sadržani su u Općoj deklaraciji o ljudskim pravima koju su propisali Ujedinjeni narodi 10. prosinca 1948. godine u Parizu. Deklaracija sadrži 30 osnovnih propisanih načela/pravila temeljenih na osnovnim potrebama pojedinca. Prema (Vig, 2019.) takva temeljna ljudska prava odnose se na: pravo na život, slobodu i osobnu sigurnost; pravo na jednakost i jednaku pravnu zaštitu, pravo na brak, pravo na sigurnost, pravo obitelji, pravo na obrazovanje ili neki drugi status. Ovisno o Deklaraciji, pojedinci su dužni tretirati navedena prava na odgovarajući način. Uz pravilno provođenje ljudskih prava i propisa, dolazi do poštivanja ne samo samih sebe, nego i drugih ljudi koji su prisutni kako bi se moglo izbjeći i najmanji oblik diskriminacije. Danas, mnoge zemlje svijeta podržale su Opću deklaraciju, s tim da se takve vrijednosti ljudskih prava pokušavaju na razne načine definirati drugim deklaracijama i pravnim postupcima. Prihvaćene su od strane cijelog svijeta bez obzira o kakvoj naciji je riječ i neovisno o društvenim i političkim stranama. U velikom obujmu, danas, prisutne su etičke norme od strane UN-a iako se svakodnevno susreću sa prijetnjama i neslaganjima vezanih uz funkcioniranje današnjeg društva. „Opća deklaracija Ujedinjenih naroda o ljudskim pravima, Povelje o temeljnim pravima EU, ili općim pravnim aktima pojedinih zemalja, poput Ustava Republike Hrvatske koji jamči zaštitu ljudskih prava i temeljnih sloboda, te velik broj pojedinačnih prava i na taj način osigurava društvene temelje za ostvarenje dobrobiti i blagostanja ljudi, što je i krajnji standard etike“. (Vig, 2019).

2.3. Etički kodeks

U svijetu postoje brojna propisana pravila pravilnog i poželjnog ponašanja te načini kako ih kontinuirano upotrebljavati tijekom života koja su od iznimne važnosti za postizanje uspjeha. „U Republici Hrvatskoj je u svibnju 2005. godine Skupština Hrvatske gospodarske komore „potvrdila Kodeks etike u poslovanju kojim se utvrđuju osnovne smjernice etičkog ponašanja poslovnih subjekata u hrvatskom gospodarstvu“. (Vig, 2019). Određena pravila kontroliraju različite situacije i daju nadređenima za pravo provođenje sankcija/kazni ukoliko dođe do namjernog nepoštivanja onog što je propisano. Upravo iz tog razloga, sve češći pojam koji se koristi ne samo u poslovnom svijetu, već i unutar određenih društava, naziva se *etički kodeks*. Etički kodeks u pravilu predstavlja skup propisanih pravila ponašanja

pojedinaca i poštivanje određenih etičkih normi koje su ključne za ostvarenje dugoročnog poslovanja, prava i slobode pojedinca te promicanja poštovanja vlastite profesije. Svaka tvrtka, poduzeće ili dio društva ima zasebna pravila koja su propisana od strane vođe koja uključuju npr. pravilno odijevanje, pravilno ponašanje, pravilno pozdravljanje, bonton ponašanja, pravilni fizički izgled (frizura, šminka, modni dodaci) te dostojanstvo svakog pojedinca. Navedena pravila često ne mogu biti ostvarena, bilo namjerno ili nenamjerno, i upravo zato je potrebno otkriti razloge takvih problema i njihova etička rješenja. Smatra se da primjenjivanjem kodeksa pridonosi kvalitetnom ugledu poduzeća, ostvaruje se povjerenje između kupca i dobavljača, te naravno, poboljšanje rješavanja problema etičkog pitanja. Etički kodeks prema Knežević (2011) usmjeren je najviše na:

- „Zaposleni
- Potrošači
- Okoliš
- Društvo
- Ostale skupine“

Trend pod nazivom etički kodeks bavi se propisivanjem etičkih standarda i pravila ponašanja, očuvanja okoliša i sigurnog kruga društvene odgovornosti. U nastavku rada reći će se nešto više o etičkom kodeksu na temelju određenih primjera.

3. Kritike u etičkom poslovanju

Etika se tijekom svojih godina susrela sa mnogim izazovima i kritikama, nekad je bila jaka, nekad slabija, ali danas nosi važan dio svakog slučaja. Takvi izazovi su ponajviše vezani uz veliku potrebu novca, odnosno ostvarivanje svakog prava radnika, ogroman trud i zalaganje. Prema Stanić (2016.) vrlo je važno voditi brigu o poslovnoj etici budući da se svakim danom suvremeno etičko poslovanje odnosno suvremeno društvo sve više i više razvija. Pak, glavni zadaci menadžera ne fokusiraju se samo na „zaradu“ i „profit“ tijekom poslovanja, već i na jačanje budućih trendova i djelovanje pri planiranju budućnosti što nikako nije lak zadatak menadžera. Jednako tako, ključno obilježje poslovne etike nije samo novac, baš suprotno, u većem stupnju aktivnost poslovne etike izražava se kroz međuljudske odnose kao element uspješnog poslovanja pri čemu je važno „usvojiti određena znanja i vještine“. Takva uspješna poslovna etika može konkurirati na tržištu i na taj način ostvaruje mogućnost stvaranja poveznice između poslovnih partnera i njihovih odnosa. Nadalje, u takvom krugu poslovanja, čest problem je ostvarenje svih zahtjeva sudionika. Iako se ustrajno radi na tome, jednostavno nije moguće izbjeći da se pred ljude ne stavljaju izazovi etičnog rasuđivanja, odnosno hoće li se daljnje djelovanje i poslovanje učiniti na etičan ili neetičan način. (Stanić, 2016.)

Svaki čovjek od svoga nastanka do danas, vuče u sebi određen oblik etike koji mu omogućuje da savjesno odgovara za sebe i druge, tj. u konačnici, da nastoji djelovati moralno u svim dvojbenim situacijama koje se nađu pred njim.

Stanić (2016.) navodi kako bi došlo do uspješnog stvaranja poslovne etike tj. poslovanja, uz velike napore i ljudski trud, potrebno je uočiti koji su sve neostvareni ciljevi unutar poduzeća, što zaposlenici traže od svojih nadređenih, po čemu se razlikuju od konkurencije i naravno, s druge strane, kako poduzeće očekuje da se zaposleni u ključnim situacijama djelovati. Uz određene situacije s kojima se društva susreću, ključ uspjeha je društveno odgovorno poslovanje koje je ponekad vrlo teško pratiti. Ponekad zaposleni, ali čak i vodeći, ostaju bez odgovora na ono što ih uistinu zanima, štoviše, teško im je naći pravi odgovor na probleme. Potrebno je procijeniti koliko daleko pojedinci mogu i žele ići s obzirom na to da često dolazi do kritiziranja etičkih vrlina. Najveći i najčešći problemi/kritike vežu se upravo uz „liste vrlina“ koje bi svaki pojedinac trebao posjedovati, a takva lista još uvijek nije izrađena. S druge strane, prisutan je i niz pozitivnih strana etičkih vrlina koje se ponajviše odnose na svakog pojedinca, na njegove želje i potrebe, na njegove postupke i sl.

3.1. Biti etičan ili ne?

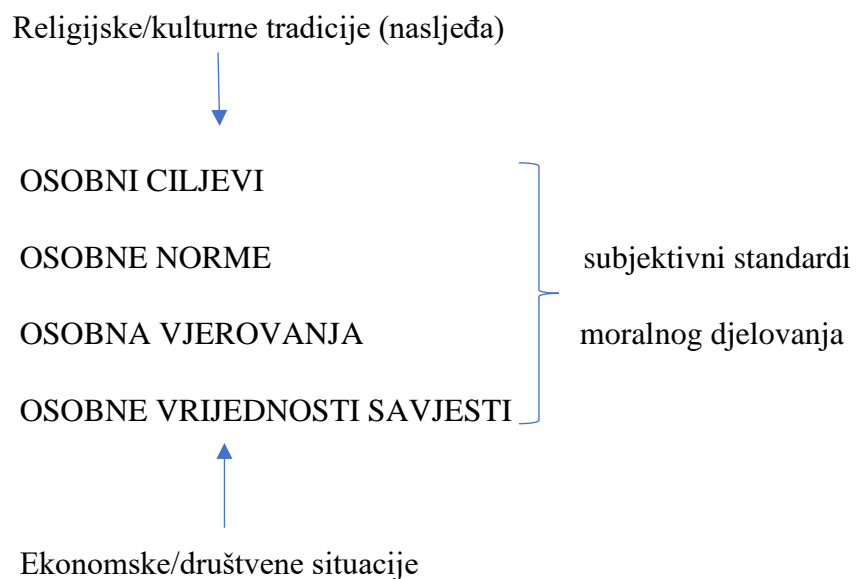
Prema Vig (2016.) smjer djelovanja koji se koristi pri definiranju etičkih pitanja odnosi se na:

- 1) „Svrha
- 2) Ljudi
- 3) Pravila
- 4) Snaga“

Potrebno je znati razliku između pojmova „vođa“ i pojma „menadžmenta“ kako bi sudionici u radnom odnosu na vrijeme bili upućeni kako i na koji način donositi odluke ovisno radi li se o vođi ili menadžeru. Cijeli taj proces vodstva u principu je složen proces ovisno kako ga se promatra i naravno, ovisno s kojim oblikom problema se određeno poslovanje susreće. Kako bi se postiglo društveno odgovorno poslovanje, a samim time da bi održalo i dugoročnu održivost i uspjeh, potrebno je da svi sudionici, interni i eksterni, maksimalno budu uključeni u taj proces. Od velike je važnosti, konstantna usmjerenost na poslovnu situaciju odnosno da se konstantno podiže svijest o tome da ništa nije dugoročno najbolje i najuspješnije, i da se do poraza dolazi vrlo lako. Svaka osoba je zasebno važna za poslovanje, stoga je prikladno balansirati etiku i poslovnu etiku. Etičko vodstvo temelji se na dva osnovna konstrukta: biti moralna osoba i moralni menadžer“. (Vig, 2019). Stoga, kada se govori lošim rezultatima rada, zaposlenici to itekako mogu osjetiti, utjecalo to njih ili ne. Takav način lošeg vodstva i komunikacije je ogroman izdatak jedne tvrtke te zato zaposlenici osjećaju nezadovoljstvo i njihov moral kreće se po silaznoj putanji. Prema (Vig, 2019.) Svakodnevni izazovi vezani uz primjenjivanje etičnog ponašanja postali su sve češći i laganano se povjerenje između poslovnih sudionica gasi. Takvi gubitci nisu samo financijskog podrijetla, nego se tu radi i o nefinancijskom utjecaju koji imaju dugoročne nerješive posljedice na poslovanje. Iako jedan vođa pod svojom kontrolom mora imati i stvaranje profita, on uz to, brine o svim svojim zaposlenicima u okruženju. Vođe, pak imaju zadatak u kontekstu ostvarenja dugoročnog uspjeha i razvoja postavljenih ciljeva, bazirati se na iskrenosti i preciznosti. U određenim situacijama, teško je odvojiti moralne od nemoralnih postupaka premda se radi o dosta širokom području donošenja odluka. Prema Krkač (2007), često se postavlja pitanje da li uistinu postoji definirana razlika između ta dva pojma, odnosno koje su njihove posljedice na daljnje poslovanje, pitanja vezana uz ispravna i neispravna mjerila moralnosti te koji su primjeri tj. iznimke nastanka nemoralnog postupanja. „Primjerice, laganje ili obmanjivanje ili

krađa vrijedne informacije ili predmeta redovito je nemoralno postupanje, no to se u vanjskoj politici, industriji i poslovanju pokušava opravdati“. (Krkač, 2007). „Primjerice, takvo nemoralno postupanja, ponajviše se veže uz razne oblike diplomacije, krađe, svakodnevno zagađivanje okoliša, trgovinu oružjem te međunarodnu politiku“. Naime, danas ne postoji savršeno poslovanje niti savršen oblik jednog poduzeća/tvrtke i s obzirom na to, može se reći kako je sav narod svakodnevno prisutan pri donošenju nekih važnih odluka, bilo da se radi o radnicima, kupcima, dobavljačima ili nekim velikim ulogama u poduzeću. Svrha takvog način poslovanja, provodi se stjecanjem određene razine poštivanja etičkog kodeksa kroz svakodnevni rast organizacijske klime po kojoj su vođeni svi zaposleni i vođa. Savjest se danas smatra jednim od vodećih načina kako učvrstiti svoj stav pri ili tijekom donošenja odluka ili nekog postupka. Stoga, moralna ispravnost ovisi o testu savjesti bez obzira o kakvoj situaciji je riječ o kojima ovisi to poslovanje. Ćorić (2009) ističe tri različite kategorije menadžera po njihovim karakteristikama: „moralni, nemoralni i amoralni menadžeri“. Moralni menadžeri drže se svih propisanih standarda, etičnog pravilnog ponašanja kroz stvaranje uspjeha unutar granice države. Pak, nemoralni vođe ne drže se takvih propisanih pravila niti posluju na etičan način tijekom ostvarenja svojih vlastitih interesa. Amoralni vođe definiraju se kao središnji dio kvalifikacije u kojoj je prisutan niz vjerovanja poveznice između etike i posla s tim da svaka donesena odluka, da bi se smatrala ispravnom, mora biti u skladu sa propisanim zakonom.

Slika 1. Individualne determinante moralnih standarda



Izvor: Izrada autora prema Larue Tone Hosmer, „Etika menadžmenta“, Uvod u poslovnu etiku i korporacijsku društvenu odgovornost, str. 39.

3.2. Poslovna etika i poslovanje

Poslovna etika je složen pojam koji u sebi sadrži nekoliko okruženja koja se odnose na društveno, političko, kulturno i pravno koji se u velikim slučajevima, primjenjuju na poslovanje. Iako se ponekad čini jednostavno, prepoznavanje razlike između dobrog ili lošeg u vidu poslovne etike, uz prisutnost određenih situacija, nije nimalo lako.

Prema Krkač, (2007) uvod u poslovnu etiku kao primijenjenu etiku treba uključivati:

- „uvod u opću etiku (etičke sustave, njihove vrline i poroke)
- uvod u socijalnu etiku, napose teorije raspodjele (ekonomske pravde)
- uvod u poslovnu etiku kao etiku cijele sfere poslovanja
- uvod u korporacijsku društvenu odgovornost kao najvažniji dio poslovne etike“

Ukoliko dođe do usporedbe primjenjivanja poslovne etike na razini RH, slobodno se može reći kako zadnjih godina Hrvatska kasni u razvoju i da tek svega nekoliko hrvatskih fakulteta u svome programu obrazovanja nudi kolegij „Poslovna etika“, dok je to u svijetu jedan od obveznih i neizbježnih kolegija.

Također, i pojam „posao“ je širok, a ujedno i složen proces međuljudskih odnosa – odnosa između proizvođača i potrošača i svih mogućih oblika odnosa koji djeluju u određenom području poslovanja. Kako bi se na uspješan način odredilo što je ispravno-neispravno za posao, potrebno je primjenjivati poslovnu etiku koja je danas sve češći pojam dobrobiti za poslovanje. Njezino svakodnevno primjenjivanje i duboko istraživanje njene srži, doprinosi rastu djelovanja poslovne etike u smislu profita, tehnološkog i socijalnog napretka i svih moralnih odnosa između članova. „U Hrvatskoj ima tek nekoliko velikih poslovnih tvrtki na koje bi se posebno odnosili problemi i pitanja poslovne etike. Ali put kojim idemo sa sobom povlači činjenicu da će ih s vremenom biti sve više, što znači da će nam i poslovna etika biti zanimljivija“. (Krkač, 2007). Pod poslovnom etikom podrazumijeva se i pojam „profesionalna etika“ koja obuhvaća sva propisana pravila i propise kako bi se svaki pojedinac trebao ponašati neovisno u kojem području poslovanja je riječ. Iako poslovna etika „pokriva širok raspon tema, jezgra tog područja temelji se na etičkim teorijama i primjeni njihovih etičkih standarda (tj. vrijednosti i načela) uključenih u etičku procjenu poslovanja“. (Vig, 2019). Važnost poslovne etike usmjereno je na dvije strane, a ponajviše na važnost poduzeća kojima je u cilju postići svakodnevni uspjeh. Nadalje, s jedne strane poslovna etika postupa u skladu

sa „materijalnim uspjehom pri ostvarenju planiranog profita“ i osiguranjem zadovoljstva svakog kupca/potrošača. S druge strane, poslovna etika podrazumijeva radnju određenih operacija za druge, koje ujedno pružaju korist i osobama za koje se radi tražena usluga, i naravno, za osobu koja takvu uslugu radi. Određeni temelj poslovanja poduzeća kao važeći čimbenik organizacije, smatra se relativno važnim za pružanje kvalitetnih odnosa među ljudima. Kako bi se takvi poslovni odnosi postigli „Moglo bi se zaključiti da poslovna etika određuje sustav vrijednosti, pravila i procedura na kojima se temelji poslovanje poduzeća“. (Vig, 2019). Kako navodi Vig (2019) poslovna etika se i danas smatra neostvarivim pojmom u organizacijama, no bez obzira na to, takva poslovna etika sastavni je dio svakog oblika poslovanja. Svaki pojedinac, tj, svaki zagovornik etike, podupire pet temeljnih načela koji se odnose na usklađivanje poslovne etike i ponašanja obrambene industrije, a to su prema Vig (2019) etički kodeks, edukacije i obuka zaposlenika, uspostavljanje sustava za nepravilnosti, razmjena najpoželjnijih praksi te davanje informacija javnosti o postojećim programima etike. Radno mjesto u poduzeću nije moguće usklađivati u cjelini poslovanja. U takvim slučajevima potrebno je definirati prava radnika, njihovu minimalnu radnu plaću, njihovo mjesto s obzirom na struku; kako bi svi oni mogli sudjelovati u konkretnim situacijama koje proizlaze pri djelovanju poslovne etike. Kako Krkač ističe (2007) u SAD-u podmićivanje se smatra ilegalnim i neetičnim, s tim da mnogi takvo podmićivanje shvaćaju kao jednostavni način života koji je važan za obavljanje posla, i zato se postavlja pitanje koliko je to zapravo dopustivo, s tim da je to sasvim normalno u određenim kulturama.

Slika 2. Utjecaj na poslovanje i etiku



Izvor: Uvod u poslovnu etiku i korporacijsku društvenu odgovornost, str. 471.

S obzirom da se poslovna etika u velikom omjeru razlikuje od čiste etike, ipak se poslovna etika smatra jednom od odrednica uspješnog poslovanja. Stoga, obje ugovorne strane u poduzeću dužne su izvršavati svoj dio obveza kako bi svi bili zadovoljni. Budući da se aspekt poslovne etike danas daleko više cijeni, potrebno je iznimno djelovanje kako bi došlo

do usklađivanja teorije i prakse. S obzirom na navedeno, „Mnogi će reći da u okruženju u kojem posluju tvrtke nemaju vremena ni prostora za poslovnu etiku jer se gotovo svaki dan bore za opstanak na sve zasićenijem tržištu.“ (Puškarić, 2008). „Drugi pak kažu da je poslovna etika oksimoron suvremenog kapitalizma jer je jedina svrha postojanja tvrtki maksimiziranje profita uz poslovanje u skladu sa zakonima i propisima“. (Puškarić, 2008). Potrebno je na vrijeme uvidjeti razliku između poslovne etike i društvenog odgovornog poslovanja kako bi nesmetano prepoznali moralno ispravno odnosno moralno neispravne odluke.

3.3. Poslovna etika – etično odlučivanje

Odluke koje su u najvećem smislu okrenute prema vodećim menadžerima ovise o svim konkurentskim prednostima koje jedna organizacija može ostvariti, stoga je njihova ključna uloga, primjerice zadovoljenje svih potreba i želja sudionika u poslovanju. Iako poslovna etika čini jednu neizbježnu granu poduzeća, velik niz kompanija stavlja naglasak na njeno provođenje, a s druge strane „Razlog tome mogli bi smo potražiti u dokazanom pravilu da se dobar glas poduzeća postiže dugotrajnim i poštenim radom uz velike muke i znatna odricanja, a prokockati ga se može u jednom času nepromišljenom odlukom“. (Karpati, 2001). Stoga, donošenje moralne poslovne odluke ovisi o raznim čimbenicima i vrlo često dolazi do dileme u organizaciji. Neophodno je promicati društvenu svijest svakog pojedinca; stavljanjem naglaska na društvenu vrijednost kako bi poslovna praksa mogla doći do određenog stupnja kvalitete u odnosu na ostale poslovne prakse u svijetu. Danas se sve više primjenjuje poslovna etika u poduzećima što pridonosi standardnima organizacije, ali samim time i organizacijskoj strukturi. S druge strane, prisutan je i negativan trend koji utječe na poslovnu etiku „No, opet s druge strane, zamjetan je i negativan trend u pogledu nekih drugih aspekata poslovne etike kao što su korupcija, mito, razni oblici diskriminacije prilikom zapošljavanja, povrede prava potrošača, nepoštovanje zakonskih obveza kao i kršenje etičkih kodeksa“. (Aleksić, 2007). Mogućnost snižavanja cijene, a da pri tome kvaliteta ostane na visokoj razini ovisi o pozitivnoj/negativnoj poslovnoj odluci kako bi se izbjegli mogući sukobi između različitih ciljeva među sudionicima.

Neovisno o kakvom obliku poduzeća je riječ, konstantno su prisutni brojni nedostaci i prednosti koji se odnose na komunikaciju unutar poduzeća, njezinu ispravnost i organiziranost

i u konačnici, jedan od najučinkovitijih utjecaja je kvaliteta uspjeha. Za sve moguće prednosti i nedostatke koje mogu nastati, s tim da su oni jako skupi i ponekad neizbježni, zaslužni su rukovoditelji jedne tvrtke, bilo da je riječ o privatnom ili poslovnom smislu.

Prema Aleksić (2007) upravljanje tj. donošenje poslovnih odluka na temelju formalnih i neformalnih pitanja u obliku obrasca, različitih programa, procesa i procedura odnosi se na sljedeće:

- „Vrjednote poduzeća
- Etički kodeks i etičko educiranje
- Linije izvještavanja i savjetovanja
- Etički menadžeri, zaposlenici, odbori
- Etički konzultanti
- Etičko educiranje i trening
- Izvještavanje, računovodstvo i revizija“

Prema Knežević (2011) temelji poslovne etike u trgovini prema sadržaju knjige B. Kotruljevića su:

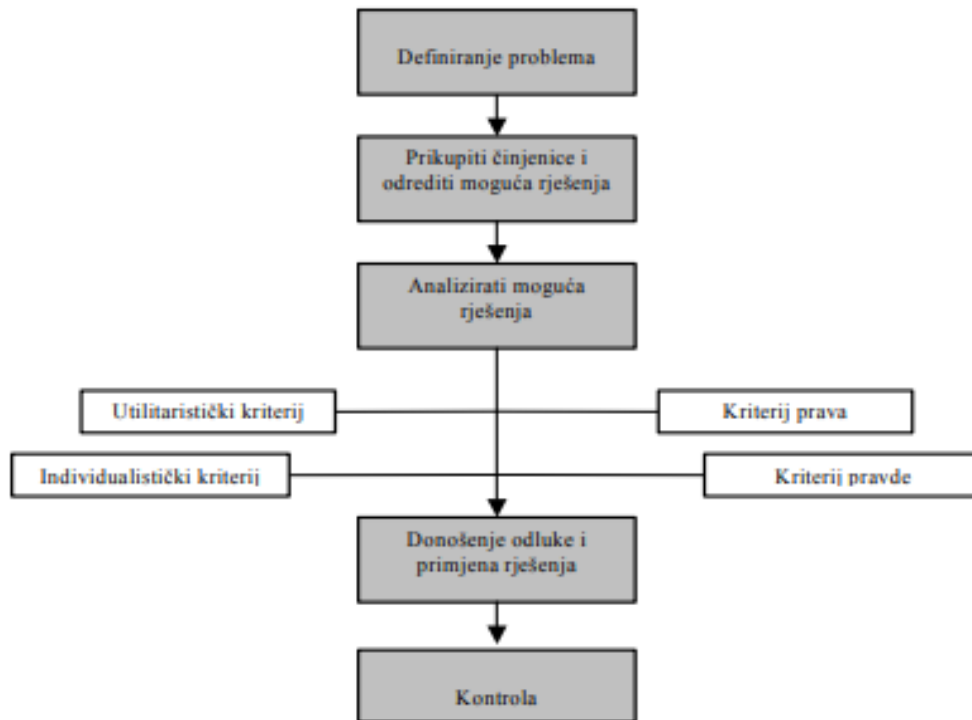
- „Trgovina je usmjerena općem dobru (očuvanju ljudskog roda) prije nego stvaranju dobiti s tim da pravedna trgovina počiva na pravednim cijenama
- Kupac ima pravo na informacije o robi koju kupuje
- Pri sklapanju ugovora poštuju se tuđa prava
- Čestit trgovac drži do svoje riječi i darežljiv je prema manje sretnima

Bilo da je riječ o poduzeću, organizaciji ili tvrtki, svaka definirana institucija kao glavni cilj po kojemu se vodi, ovisi o dugoročnoj uspješnosti tijekom etičnog poslovanja. Upravo tako navedeni ciljevi bivaju uspješni iz određenih razloga koje Čorić (2009) ističe kao glavne: pronalaženje i zadržavanje onih najuspješnijih i najtalentiranijih, kvalitetni postupci upravljanja rizikom tijekom donošenja važnih odluka, te održavanje odnosa i snažne veze sa kupcima, klijentima, potrošačima i dr.

Prema Vujić, Bojić, Ivaniš (2016) u svakoj situaciji, bilo da se radi o etičkoj dilemi ili sigurnoj odluci u privatnom ili poslovnom životu, potrebno je radi sebe, ali i radi drugi postaviti četiri pitanja kako bi se na ispravan način iskazala potreba za jačanjem međuljudskih odnosa, a ona glase:

- „Je li istina?
- Je li ispravno i pošteno za sve sudionike?
- Hoće li naše postupanje i djelovanje promicati prijateljstvo i dobru volju?
- Hoće li služiti na dobrobit svim sudionicima?“

Slika 3. Proces donošenja etičke odluke



Izvor: prilagođeno prema Sikavica, P., Bebek, B., Skoko, H., Tipurić, D.: Poslovno odlučivanje, Informator, Zagreb, 1999., str. 121-144

Prema Aleksić (2007) proces donošenja etičke odluke započinje definiranjem postojećeg etičnog problema, a zatim je nužno prikupiti sve potrebne činjenice i odraditi moguća potencijalna rješenja za taj nastali problem. Treća faza je analiza mogućih rješenja ovisno s kojeg se aspekta problem promatra, odnosno ovisno o utilitarističkom kriteriju, individualističkom kriteriju, kriteriju prava i kriteriju pravедnosti. Četvrta faza se odnosi na donošenje odluke (prema najboljem kriteriju) i primjenu te donesene odluke, zatim zadnja faza u kojoj se odvija proces kontrole donošene odluke.

4. Etičke norme u trgovini

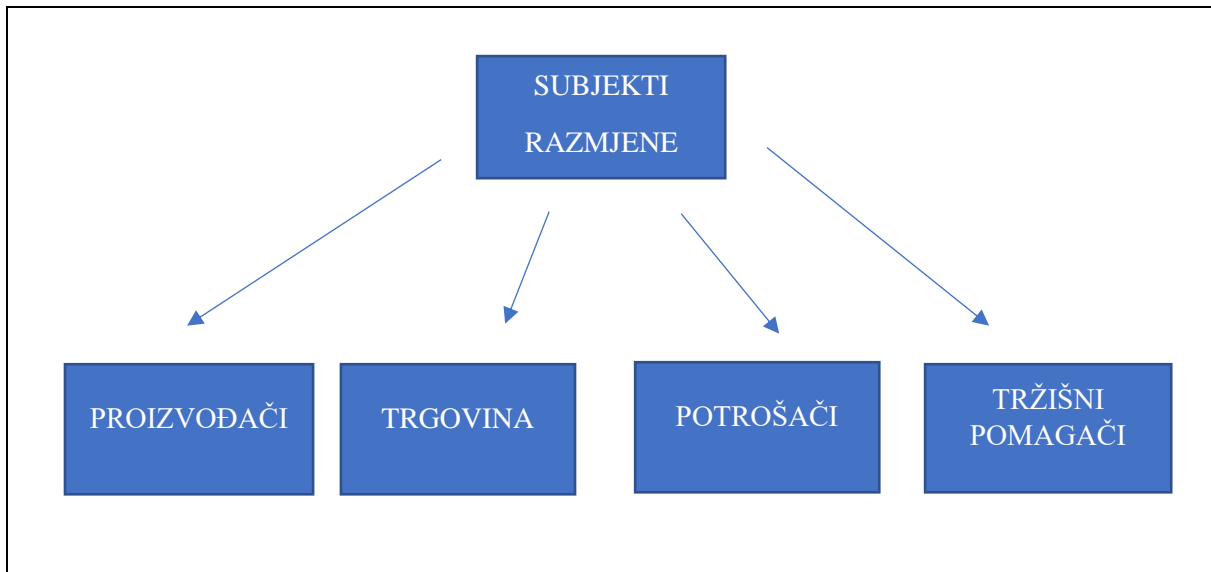
Prema Segetliji (2006) trgovina kao znanstvena disciplina može se definirati kao grana gospodarskog i društvenog razvoja, čije shvaćanje svakodnevno raste. Prva napisana knjiga u Europi po kojoj je bilo moguće razgraničiti pojmove trgovine i poslovanja kao takvoga, smatra se upravo knjiga Benedikta Kotruljevića napisana 1458. godine. S obzirom da je u to vrijeme u poslovnom svijetu vodeći jezik bio talijanski, Kotruljević je i u svojoj knjizi za pojašnjenja načela Dvojnog knjigovodstva, koristio taj jezik. Danas, na spomen njegove knjige koristi se izraz „prvo znanstveno djelo o trgovini“. U mnogim literaturama spominju se i sljedeći autori koji su svojim djelima doprinijeli razvoju trgovine, a to su sljedeći: „Jacques Savary“, „M. Leuchsa“, „J. Hellauera“, „J.Hirscha“, „K. Oberparleitera“ i mnogi drugi znanstvenici. Za knjigu Benedikta Kotruljevića dostupna su tri različita prijevoda:

- „O trgovini i savršenom trgovcu“ (1985.)
- „Knjiga o umijeću trgovanja“ (2005.)
- „Knjiga o vještini trgovanja“ (2009.)

Dakle, trgovinskim postupcima smatra se svaki oblik razmjene između dvoje ili više ljudi, bilo za određenu vrijednost ili za određenu uslugu. Svaka razmjena povezuje na neki način proizvodnju i s druge strane potrošnju u jednom poduzeću. Prema Segetliji (2006) trgovina se može definirati kao samostalna gospodarska djelatnost koja se u ponajviše bavi nabavljanjem, i prikupljanjem određenih vrsta roba, s tim da je su potrebne konstantne povratne informacije o ponudi i potražnji kupaca kako bi se razina zaliha nesmetano mogla očuvati i skladištiti i zaključno, kako bi odgovarala zahtjevima kupaca koji ujedno stvaraju veze između kupaca i proizvođača. Proces same trgovine ovisi o brojnim čimbenicima, te također nije jednostavno određenu robu ili uslugu predati konačnom potrošaču. Kako se i sama definicija trgovine ne vodi samo za profitom i ne stavlja samo taj aspekt kao važnim i prema tome „pravu trgovačko poslovanje ne smije biti zasnovano samo na računu nego i na pravednosti, jednakosti i humanim odnosima“. (Brčić, 2009). Kontruljević u svojoj knjizi kroz razne definicije navodi važnost razgraničenja pojmova „trgovine“ i „trgovačkog posla“.

Prema Segetliji (2006) prisutni su točno određeni subjekti i njihovi položaji u trgovinskom poduzeću tijekom razmjene.

Slika 4. Subjekti razmjene



Izvor: Zdenko Segetlija, Trgovinsko poslovanje 2006., str. 16

Segetlija (2006) na temelju važećih subjekata raščlanjuje trgovinu na:

- „Trgovinu na malo
- Unutrašnju trgovinu na veliko
- Vanjsku trgovinu“

Zbog pojedinih postupaka u trgovini, načelo „pravedne cijene“ nije uvijek gledano kao važeći proces kupnje ili prodaje. Takva pravedna cijena nije fiksno određena, ali se njena vrijednost nalazu u određenom intervalu. „Trgovac, po Kotruljeviću, postupa nepravedno uvijek kada premašuje prikladnu i pravednu cijenu jer to dovodi do oštećenja kupca koji nakon razmjene i odnosa biva u manjku, a trgovac u višku“. (Brčić, 2009. 139 str.) Kotruljević, sa svim svojim uvjetima i preporukama vodi se načelima sv. Tome Akvinskog i sv. Augustina u čijim su djelima detaljno opisane kršćanske norme; kamatarenje i kamate smatraju grijehom. Kako Segetlija (2011) navodi, postoji niz normi koje je potrebno izbjegavati u trgovini :

- „igre na sreću kao što su kartanje i kockanje
- zastupanje drugih u parnicama
- kretanje u ozloglašenom društvu
- bavljenje alkemijom
- natjecanje u viteškim igrama
- krijumčarenje

- prijevare u vezi s robom
- odviše ispraznih i siromašnih prijatelja
- rasipnost“

Na temelju takve „kršćanske etike“ moguće je donositi odluke o tome koliko je u nekim situacijama važno ispravno odlučiti, ukoliko je riječ o nedoumici; za koju stranu se odlučiti, i naravno, odluke koje se smatraju dopuštenima moraju ispunjavati određene činjenice. Koliko je vlastitog truda uloženo i koliki je mogući rizik snošenja ukoliko ipak dođe do ne dopuštene odluke. Nadalje, Kotruljević ističe kako stvaranjem većeg obujma posla, dvije strane jednako ostvaruju koristi. S jedne strane, siromašnim ljudima stvorena je prilika budućnosti i prilika da si stvore novac, a s druge strane, ostvareni novac utječe na povećanu korisnost države. (Brčić, 2009. 140.str.) Glavna misao po kojoj se vodi pravedna trgovina je prema Brčić (2009, 137 str.) stvoriti određenu zaradu, a da se pri tome ne izlazi izvan okvira pravednog pojedinca i pravednog poslovanja. Svaki pojedini trgovac dužan je svoje obveze kada je riječ o odnosu „roba-novac“ odraditi do ugovorenog roka na dostojanstven način. Pri dogovorenom shvaćanju trgovca, njegova je glavna zadaća smanjiti rizik kako taj odnos ne bi rezultirao kupčevim manjkom. Općeprihvaćene funkcije trgovine i njihovi definirani rizici prema Segetliji (2006. 26-27 str.) su:

- „Prostorna
- Vremenska
- Kvalitativna
- Kvantitativna
- Kreditna
- Propagandna“

Definirani rizici :

- „Rizici premošćivanja
- Robni rizici
- Rizici posrednika“

5. Etika u suvremenom poslovanju

Da bi se ostvarilo djelovanje pri suvremenom poslovanju, prisutan je niz uvjeta koji određuju potrebu za društvenom odgovornošću prema međunarodnim normama i definiranom krugu zakonodavstva koja su pojedinci i poduzeća dužna poštovati. Kako je već u prethodnim poglavljima istaknuto, pojmovi „etika“ i „poslovna etika“ se po svojoj važećoj definiciji, razlikuju jedna od druge. Etika se prema Vujić, Ivaniš, Bojić (2016) pak u većem dijelu veže za postojeći moral i određivanje propisanih pravila koja utječu na ljudsko ponašanje za stvaranje određenih opće dobrih vrijednosti tj. vrednota kroz život. S druge strane poslovna etika se fokusira također na moral i propisana pravila, ali ovdje se dobiva uvid u njihovoj razlici. Takav moral i propisana pravila, u poslovnoj etici odnose se na samo poslovanje. Kada se govori o poslovnoj etici, za nju se vrlo lako vežu brojne predrasude, no ipak prisutan i postotak nade kako će mnoge različite tvrtke ipak promijeniti svoj koncept poslovanja. S obzirom na to da se poslovnim etikom može upravljati i postoji niz vjerovanja kako poslovna etika nije potrebna odnosno da se pojedinci nemaju vremena baviti još i s njom s tim da jedva opstaju na postojećem zasićenom tržištu. Kao oksimoron suvremenom kapitalizma, Vujić, Ivaniš, Bojić (2016) navode poveznicu poslovne etike kao pokretnicu važećih etičkih normi za ostvarivanje maksimalnog profita. Stoga, sve veći broj društava izražava želju, ali i potrebu za suvremenom poslovnim etikom koja svakim danom sve više raste. „U suvremenim uvjetima raste značaj trgovinskog poslovanja, odnosno trgovine, ne samo zbog još uvijek visokog udjela trgovine u ukopnom broju zaposlenih, već i zbog njezina sudjelovanja u stvaranju međunarodnih vrijednosnih lanaca“. (Segetlija, 2006. str.456) Uz konstantno praćenje trendova kao što su određeni etički kodeksi, standardi ili etičke norme, dolazi do jačanja toka poslovanja svakog pojedinog trgovinskog poduzeća. Dakako, najveća orijentacija usmjerena je na zadovoljstvo samih kupaca i njihova prihvaćenost određenog tržišta. Prema Segetliji (2006) zasnovane su četiri posebne koncepcije koje su definirane kao instrumenti u suvremenom poslovanju, a definiraju se kao: „zadovoljstvo kupaca, kvalitete, upravljanja vremenom i obračun troškova procesa u kojima je najdominantniji proces marketinga“. Uz odgovarajući informacijsko komunikacijski sustav i Internet, koji je za jedno poduzeće neophodno, poslovna strategija doživljava svoju revoluciju. Kako Segetlija (2006) ističe, razvoj tehničko-tehnoloških, informacijskih i transakcijskih sustava osobito je uvjetovan različitim suvremenim uvjetima, koji su podržani od strane važnih suvremenih sustava i globalnih mreža. Rastom poslovnih sustava, poduzeća se najčešće koriste logikom sve većeg

upravljanja i prilagođavanja kao npr. Razvoj marketinških funkcija, razvoj IT tehnologije, daljnje prilagođavanje sa poduzećima koji na gospodarskoj razini pokazuju svoj interes. Kako bi hrvatsko gospodarstvo doživjelo konkretan uspjeh, potrebno je ulagati u razvoj čime se ostvaruje uvid u činjenice da „krupni poslovni sustavi mogu prednjačiti u primjeni suvremenih tehnologija. Veliki fokus se stavlja na suvremeni koncept kada je riječ o dominaciji poslovne etike i vrijednosnih globalnih lanaca, a kako Aleksić (2007) ističe, takav koncept odnosi se na društveno odgovorno ponašanje svakog pojedinog poduzeća. Etika u suvremenom poslovanju na osnovu suradnje sa moralnom, svakodnevno se poistovjećuje sa kašnjenjem u svome razvoju. Na temelju tih činjenica potrebno je istraživati nužne instrumente koji bi mogli biti kompleksni kako bi suvremena etika doživjela svoju revoluciju. Međutim, nužno je prepoznati tijek takvog oblika razvoja u kojemu se kreiraju vrijednosni procesi internacionalizacije i globalizacije poslovanja. Kako je već tijekom početnih poglavlja navedena definicija i važnost etičkog kodeksa, za sam razvoj suvremene etike u poslovanju ističe se analiza orijentacije etike i poslovanja. S tim da se etički kodeks ne odnosi samo na pravilno ponašanje u poslovnim sredinama, bit će prikazani etički kodeksi izabranih korporacija kao pretpostavke za uspješno funkcioniranje i integriranje svih hrvatskih gospodarstava i djelatnosti.

5.1. Jačanje razvoja suvremenog poslovanja etike na primjeru etičkog kodeksa

Primjer 1. Etički kodeks nastavnika, suradnika i znanstvenika Zagrebačke škole ekonomije i managementa

Kako bi kvalitetan etički kodeks ustupio na snagu, nužno je da bude usklađen sa potrebnim zakonima i propisima Republike Hrvatske, no u ovome slučaju riječ je o obrazovanju. Prema Krkač (2007), postoji niz temeljnih djelovanja, načela i propisanih pravila kako bi se dostojanstveno održao etički kodeks. Krkač (2007) navodi niz pravila etičkog kodeksa na primjeru ZSEM-a, među koje se ubrajaju:

- Nastavnici dužni izražavati brigu prema znanstvenoj istinitosti i kritičnosti; zabranjen je svaki oblik plagiranja na način da dođe do krađe identiteta
- Dužni su promicati ugled struke kako bi očuvali dostojanstvo i neovisnost i sebe samih i od kolega

- Svaki nastavnik, dužan je napraviti prigovor na svako kršenje etičkih odredbi koje se ponajprije odnose na klevetu i nemoralno ponašanje jednog nastavnika
- Samo nastavnici koji sadrže titulu za izvođenje nastave vezane uz znanstvena polja imaju pravo održavati takav oblik nastave i također, imaju pravo na poziv gosta predavača čije predavanje studentima moraju pobliže pojasniti
- Nastavnici su obvezni svakodnevno raditi na svojoj izobrazbi, znanju i iskustvu kroz primjenjivanje raznih oblika znanstvenih i nastavnih područja za napredak
- Nastavnici su dužni opravdati ukoliko dođe do situacije kada su spriječeni održati svoja predavanja koja su za njih obvezna kako bi se izbjeglo ugrožavanje kvalitete studenata
- Davanje isključivih kriterija ocjenjivanja studenata koje je bazirano na znanju, zalaganju, razumijevanju i svim drugim ispunjenim uvjetima.

Etički kodeks ZŠEM-a sadrži članke koji se odnose na propisane standarde ponašanja i odnosa prema kolegama i suradnicima, prema studentima, prema imovini i ukoliko dođe do kršenja odredba, definiran je i sud časti prema kojemu se donose konačne odluke. Ovako navedena pravila etičkog kodeksa, sa svim svojim izmjenama i dopunama, izrečene su od strane dekana ZŠEM-a s tim da svaki prodekan ima ovlaštenje da se pozove na tražnje dodanih izmjena. U okviru poslovnih subjekata RH, definiranje etičkih kriterija smatra se posebno za pojedine poslovne sredine kako bi došlo do stvaranja kvalitetnih veza, utemeljenih pravila ponašanja, a često se vežu i uz rješavanje postojećih problema i neusklađenosti. Smatra se da poštivanje kombiniranih ali i propisanih normi i kodeksa, putem moralnih principa, doprinosi međuljudskim odnosima, trgovačkim udruženjima, ugleda i imidžu tvrtke te jača stupanj vjernosti potrošača/kupaca. Razvoj etičkog kodeksa prema Krkač (2007) koji navodi obvezna načela kako ojačati etičko ponašanje među tvrtkama, a odnose se na: „odgovornost, istinitost, učinkovitost, transparentnost, kvalitetu, poštovanje običaja od strane poslovnih partnera u različitom krugu društva“. Na etično ponašanje unutar jedne organizacije utječe niz čimbenika koji utječu na jačanje transparentnosti kroz razne oblike provođenja kvalitetnog poslovanja. Koliko su ti čimbenici važni, potvrđuje činjenica pružanja dobara i usluga prema ekološkim i društveno odgovornim standardima. Bitno je istaknuti da ukoliko dođe do nepoštovanja etičkih normi ili bilo kojih oblika propisanih pravila, vođe organizacija reagiraju dijeljenjem sankcija/kazni. Takav način pristupanja u

središte poslovne etike i društvene odgovornosti stavlja pojam „korporacija“ koja se prema Krkač (2007) definira kao društvena odgovornost koja zadnjih godina dobiva na jačini svojeg značenja kroz utjecaj aktivnosti na prirodni okoliš, društvo i ljudske potencijale od strane ekonomskog sektora.

6. Društveno odgovorno poslovanje

Društveno odgovorno poslovanje ili društveni ekosustav danas se sve češće javlja kao važna interakcija za posredovanje između pojedinih poduzeća, poslovnog svijeta, državne vlasti i civilnog društva. Pojam „društveno ponašanje“ svakodnevno ima sve veću ulogu koja se želi istaknuti i s tim da se takvo provođenje uravnoteženog DOP-a smatra važnim, DOP se bori za kvalitetnog funkcioniranje tržišta. Također, društveni razvitak, na čijem oživljavanju treba kontinuirano raditi, utječe na doprinos sprječavanja pojave negativnih eksternalija i svih oblika zlouporabe moći, ratova i siromaštva. Interes i želja za društvenim odgovornim poslovanjem raste od strane mnogih poduzetnika i poslovnih grana jer se pretpostavlja da je međusobno poslovanje i komunikacija postala, nažalost, sve kompliciranija i teža. S obzirom da se uz DOP veže i pojam „održivi razvoj“, ujedno se za oba pojma može reći kako se oni često susreću tijekom određenih akcija i konkretnih djelovanja svih sudionika jednog poslovnog poduzeća prilikom kojeg svi dionici imaju jednak doprinos na uspjeh ili neuspjeh. Kako je DOP od druge polovice 20. stoljeća na snazi, može se reći kako on prema Vujić, Ivaniš, Bojić (2016) podrazumijeva razne oblike obveza svih trgovačkih društava i poduzeća koji poduzimaju akcije na etički i odgovoran način, kako bi doprinijeli dobrobiti i interes svim prisutnim i zainteresiranim društvima. Kako bi se ostvario maksimalni planirani profit i uz to, dugoročno zadovoljenje i suradnja sa postojećim sudionicima, potrebno je usporediti odnos samog menadžera i njegovog okruženja povezanim sa društvenim poslovanjem. Svaki oblik društvenog poslovanja stavlja naglasak na stvaranje dobrobiti prema stanju u zajednici, pojedinom društvu i radnom okruženju u smislu odnosa osoblja i zaposlenika tijekom radnog vremena ili izvan radnog okruženja, također i, prema okolišu, kulturi i dr. Konceptija DOP-a se različito shvaća s obzirom o kojoj zemlji je riječ, odnosno svaka zemlja stavlja naglasak a različite činjenice prema kojima se vode tijekom poslovanja poslovnih subjekata. Kako u privatnom, tako i u poslovnom životu odgovorno, etično i pošteno poslovanje doprinosi svim pokretačima poslovne izvrsnosti i njihovim sudionicima i radi toga Vujić, Ivaniš i Bojić (2016) definiraju osnovna područja društvene odgovornosti:

- „Upravljanje poslovnim subjektom
- Ljudska prava
- Radni odnos
- Okoliš
- Dobra i poštena poslovna praksa

- Odnosi s korisnicima
- Odnosi s društvenim okruženjem“

Fokus na postavljanje naglaska na ispravan način provedbe zakonskih okvira temelji se na činjenici traženja odgovarajuće uloge svih aktivnosti koje su prisutne tijekom izgradnje kvalitetnog odnosa i života. S obzirom na navedeno i s obzirom da je povjerenje jedno od najvažnijih sastavnica društvenog odgovornog ponašanja i poslovanja, od izrazite je važnosti odabrati upravo ono poduzeće koje javno provodi dobrobit za cijelu organizaciju. Aktivno djelovanje svih sudionika tijekom poslovanja jasno utječe na održavanja međuljudskih odnosa, odnosa povjerenja i lojalnosti koje svima, uvijek, treba biti na prvome mjestu. S obzirom da je danas društvena odgovornost sve više prisutna i opće prihvaćena u određenim sredinama, takvo jačanje odnosa ne samo prema zaposlenicima i suradnicima, već i prema okolišu i društvenoj zajednici, također i kombinacija određenog etičkog kodeksa i komponenata DOP-a, nikako nisu na odmet. Prema Krkač (2007) najvažnije komponente za pokretanje društveno odgovornog poslovanja jesu:

- „Vladine i javne ustanove/institucije
- Upravljanje ljudskim potencijalima
- Državne, županijske i lokalne uprave
- Posebne poslovne jedinice
- Odjeli strategije i planiranja“

6.1. DOP u Republici Hrvatskoj

Prema činjenici da je pojam DOP postao jedan od popularnijih izraza zadnjih godina, sve više poduzeća teži takvoj primjeni poslovanja radi održavanja kvalitetnih odnosa. Vidljivo je da DOP postaje tema svakodnevnice o kojoj se rado govori; pri kojemu se najviše pridaje pažnja onoj sredini ljudi i organizaciji u kojoj se djeluje. Kada se Hrvatska povezuje sa pojmom DOP, može se slobodno reći kako je ta poveznica nastala u skladu sa održivim i odgovornim ponašanjem. Kako bi svakodnevno radili na toj pozitivnoj održivosti, većina hrvatskih poduzeća i gospodarstava, DOP svrstava u jednu novu ravnotežu kojom se vode kako bi ostvarili svoje uspješne rezultate. Nažalost, još uvijek postoje brojni primjeri koji

svjedoče kako Hrvatska ipak nije u zadovoljavajućem postotku primjene društveno odgovornog poslovanja. I zato, nužno je izdvajanje vremena i prostora kako bi DOP u RH doživio svoj vrhunac. Uspješna provedba DOP-a neophodna je tijekom borbe sa raznim oblicima izazova i nepredvidivim djelovanjem tržišta. U RH ima niz primjera koji imaju pozitivan ishod tijekom kojeg je prema Vujić, Ivaniš, Bojić (2016), Hrvatska uspjela ostvariti relativno veliku uštedu u troškovima i relativno veliku efikasnost poslovanja. Primjeri su Coca Cola Beverages Hrvatska; radili su na redizajnu uređaja koji su bili potrebni da bi se odradila obrada vode i odvodnje, također su i stvorili bazen koji su koristili na društveno odgovaran način „koristi se za zalijevanje zelenih površina i punjenje bazena ribama“. Drugi primjer je tvrtka JGL koja se prema autorima Vujić, Ivaniš i Bojić (2016) smatra jednom od najbrže rastućih poslovnih subjekata u RH tijekom godina koje su prepune negativnim utjecajima i promjenama. Svakodnevnim ulaganjem u svoje ljude i njihove potencijale, tvrtke JGL u najvećoj mjeri koristi obrazovanje, razvoj i redovite investicije u nove oblike suvremene tehnologije kako bi radila na odnosu sa svojim kucima, zaposlenicima i svima u okruženju. Na taj način ostvaruje sve veću potporu i pravo na poštivanje svih propisanih etičkih kodeksa, pravo na smanjenje utjecaja na okoliš i društveno odgovorno poslovanje prema zdravstvenim i globalnim potrebama pojedinaca.

Kako postoje mnogi pozitivni primjeri DOP-a, postoji i niz negativnih primjera tijekom kojih su mnoga poduzeća bila usmjerena na kratkoročne ciljeve i određenu vlastitu korist koja im nije bila dovoljna za ostvarenje održivosti. Neki od primjera su sljedeći: „Slučaj Karlovačka pivovara“ i „Slučaj BAXTER. Kako bi se nastavio niz uspješnih i pozitivnih „praksi“ iznimno je važna provedba prvog izvješća o održivosti koji je nastao još 2005. godine.

6.1. Primjer 1. Društveno odgovorno poslovanje na primjeru DM-a

Kako bi došlo do jačanja DOP-a među tvrtkama, potrebno je kontinuirano provoditi razne oblike projekata i samim time raditi na smanjenom stupnju neinformiranih pojedinaca o odgovornom poslovanju. DOP, određena načela i standardi za svaku vrstu profesije imaju posebnu važnost koja se ponajviše odnosi na sam ugled i poslovne odnose tvrtke.

Primjer dobre prakse DM-a odnosi se na:

- 19. ožujka 2008. nagrađen za posvećenost i kvalitetu usluge

- 26. siječnja 2006. nagrada Europskog parlamenta
- Posvećuje pozornost za dobrobit društva kroz seminare, školovanje, radionice, tečajevi
- Projekti DM-a: „Ja volim životinje“, „Sve za nju“, „Babybonus“, „Jer sve smo mi to“, „I zima toplo srce ima“, „Zeleni korak“ i mnogi drugi

Slika 5. Utjecajni faktori na etično ponašanje u organizaciji



Izvor: Aleksić, 2007., str. 422.

Primjer 2. Društveno odgovorno djelovanje na primjeru tvrtke SMS

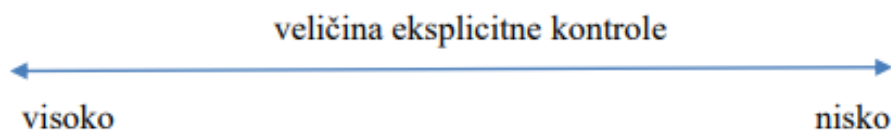
Prema svojim djelovanjem i određenim funkcijama koje provodi, tvrtka SMS iz Splita nosi naziv kao jedna od rijetkih tvrtki na području RH koje znatno doprinose najugroženijim skupinama ljudi, onima koji su najbolesniji i kojima je najviše potrebno ne samo financijske, nego i duhovne pomoći. Kako bi djelovala društveno i kako bi doprinijela društvenoj zajednici, Tvrtka SMS kreirala je svoje vlastite fondove za djecu koja su oboljela od svih oblika malignih bolesti, za djecu koje nemaju svoj dom nakon što navršše 18. godina. Također nudi pomoć i ovisnicima, pomoć tijekom zapošljavanja kroz razne edukacije i sl.

7. Etika i zakonski okviri

I u teoriji i praksi, pojam etika ima veće značenje od samog poslovanja kada ih se uspoređuje na poslovnoj razini. S obzirom na to, svakodnevno se radi na jačanju zakonskih propisa kako bi došlo do sigurnog napretka koji uključuje različite civilizacijske okvire. Mogućnost nastanka etičkih konflikata kada dolazi do usporedbe odnosno povezivanja ova dva pojma, ovisi o zakonima koji u tome trenutku nisu dovoljni za rješavanje trenutno nastalih problema. Prema toj činjenici, definirana je tablica usporedbe etike i zakona, a ujedno i pojašnjenje zašto ponekad dolazi do poštivanja/nepoštivanja zakona. Nadalje, i etika i zakonski okviri iznimno su važni za sve oblike poslovanja; s tim da pojedina poduzeća više poštuju i primjenjuju etiku, dok druga poduzeća više poštuju i primjenjuju zakone.

Tablica 1. Tri polja ljudske akcije

Područje kodificirano zakonom (zakonski standardi)	Područje etike (etički standardi)	Područje slobodnog izbora (osobni standardi)
---	--	---



Izvor: Izvor: Dujanić M. (2003). Poslovna etika u funkciji menadžmenta, Zb.rad.-Sveuč.Ekon.fak.Rijeka, god. 21. Sv.1, str 53.-63.

Iz tablice je vidljivo kako postoje situacija kada nije moguće povezati ova dva pojma, stoga jednostavno dolazi do nepoštivanja suprotnih strana zbog čega se stvaraju neizbježne “etičke dileme” čiji nastanak nije poželjan. Pak, kada dođe do takve situacije, nužno je realizirati i donijeti ispravne etične odluke koje su u skladu sa zakonskom etikom koje pojedinci imaju obvezu poštivati tijekom ne samo poslovnog, nego i privatnog života. Na taj način, etika u

suvremenom poslovanju slijedi propisane zakonske i podzakonske akte, standarde i pravila ponašanja kako bi osigurala značajan doprinos dugoročnom poslovanju poduzeća. Ipak, poštivanje normi i obvezujućih pravila ponašanja u nekoj državi od strane svakog pojedinca ostvaruje se utječe na samu formalizaciju etičkih normu unutar jednog društva tj. države. Svaki oblik upravljanja i vođenja, ovisno o vrsti poduzeća, isključivo je baziran na zakonskoj regulativi koja djeluje na pro-aktivan način. Upravo radi toga, mnogi autori često postavljaju pitanje “može li uopće zakonodavni okvir utjecati na primjenu etike”? U toj mjeri, u Republici Hrvatskoj, zakoni nastoje doći do traženih granica kako bi došlo do usklađenosti.

Tablica 2. Povezanost etike i zakonskih okvira

	Poslovanje je u skladu sa zakonom	Poslovanje nije u skladu sa zakonom
Poštivanje etičkih normi	<p>Idealan način poslovanja; dobit i u dužem razdoblju; dobar poslovni imidž;</p> <p>poštuju se prava zaposlenika, potrošača, dobavljača, brine se o okolišu itd.; društveno odgovorno poslovanje</p>	<p>Jesu li zakoni u skladu s etičkim normama?</p> <p>Je li posrijedi neki totalitaristički društveni sustav utemeljen na etičkim normama koje nisu u skladu s globalnim etičkim normama?</p>
Nepoštivanje etičkih normi	<p>Provođenje aktivnosti koje nisu zabranjene zakonom, ali su u suprotnosti s etičkim načelima. Aktivnosti su orijentirane na brzo stvaranje dobiti ili druge materijalne koristi. Na dugi rok postoji velika vjerojatnost gubitka ugleda, a time i ostvarenja sve manjeg prihoda. Društvo u cjelini treba razmisliti o pooštivanju zakonskog okvira ugrađivanjem dodatnih odredbi koje su u skladu s etičkim normama.</p>	<p>Sivo-crna poslovna zona, usmjerena na ostvarenje dobiti u kratkom roku, isplativa jedino na kratak rok, ali uz veliki rizik od razotkrivanja i primjerene zakonom propisane kazne, te veliki rizik od gubitka ugleda i poslovne propasti kada se promatra dulje vremensko razdoblje.</p> <p>Krše se prava zaposlenih, potrošača, dobavljača i šire društvene zajednice</p> <p>Za društvo u cjelini vrlo opasna zona, osobito u slučaju neefikasnosti instrumenata pravne države.</p>

Izvor: Knežević, Etika i zakonski okvir trgovine u Hrvatskoj, 2011., str. 316

8. Zakonski okviri trgovine u RH

Obzirom da se trgovina odnosno maloprodaja u Republici Hrvatskoj smatra jednim od najvažnijih dijelova gospodarstva, još uvijek se uz pomoć brojnih primjera može potkrijepiti činjenica o njihovom ubrzanom razvoju. Vezano uz to, trgovina je svojim rastom donijela mnoge prednosti za Hrvatsku i njezin smjer globalizacije. Trgovina svakodnevno za sobom povlači definirana pravila usklađenosti što sa suvremenim uvjetima, što sa razvijenim zemljama u odnosu na nju. Veliki značaj za hrvatsku trgovinu vidljiv je zbog ostvarenja sve čestog porasta razlike u cijeni, i naravno, ovisno o broj zaposlenih u trgovini na malo/veliko. Preko trgovine, RH dobiva na svome značaju tijekom svojeg kretanja jer kada dođe do povezivanja ova dva pojma, hrvatska trgovina ovisna je o primjeni odgovarajućeg društveno – gospodarskog sustava. Na taj način, Hrvatska se sve više povezuje sa trgovinama susjedno razvijenih zemalja.

Uz svakodnevnu integraciju putem odvijanja novih oblika suradnje, dolazi do ostvarenja sigurnosti i stabilnosti zakonskih okvira trgovine između Hrvatske i Europske unije. Cijeli taj proces između dviju stranaka “Hrvatske” i #Europske unije# nastao je na temelju Sporazuma o stabilizaciji i pridruživanju 2001. godine. Zakonski okviri trgovine uvelike su ovisili o pojedinim pristupima zajednica, odnosno o provođenju određenih reformi za daljnji razvoj. Kako bi takav oblik suradnje došao do planiranog cilja, smatralo se kako bi sve suradnje vezane uz zakonske okvire trgovine, morale bi biti usklađene sa Svjetskom trgovinskom organizacijom i svim sporednim odredbama.

Kako navodi Knežević (2011) značajnu ulogu vezanu uz zakonske okvire imaju tri specifične vrste temeljnih propisa trgovine, a oni su:

- “Opći propisi vezani uz osnivanje trgovačkih društava bez obzira na vrstu njihove djelatnosti
- Specifični propisi vezani samo uz obavljanje određene vrste trgovine, i
- Propisi vezani uz područje društveno odgovornog poslovanja”

8.1. Opći propisi

Značajna uloga općih propisa odnosi se na tržišno primjenjivanje i razvoj njihovih pripadajućih zakona koji obvezno moraju biti međusobno usklađeni.

Prema Knežević (2011) opći propisi se klasificiraju na:

- Zakon o trgovačkim društvima
- Zakon o obveznim odnosima
- Zakon o računovodstvu
- Zakon o porezu na dobit
- Zakon o porezu na dodanu vrijednost

Ujednačavanjem takvih oblika zakona definiraju se trgovinska poduzeća koja su osposobljena za provedbu zakona i podzakona koji obuhvaćaju cjelokupne vanjske čimbenike.

S obzirom na postojeću privatizaciju tijekom zadnjih godina u Hrvatskoj, svi pojedinci odnosno sva trgovačka društava obvezno moraju biti upisana u sudski registar kako bi ostvarili svojstvo trgovca pojedinca u užem ili širem smislu. Također, obvezno je navođenje pravnog položaja s tim da se gospodarska trgovačka djelatnost sadrži ime, opis i svrhu djelatnosti te tvrtke. Dakle, glavni cilj poslovanje je uspostavljenje postupaka trgovine i reguliranja zakonskih ustroja. Prema općeprihvaćenim pretpostavkama, trgovina se prema Segetliji (2006) priznaje kao trgovina kao pravno-organizacijsko poduzeće ovisno o daljnjem razvitku i isticanju trgovine.

Dakako svi gore navedeni zakoni sadrže svoje karakteristike i u određenim trenucima u trgovini kombiniraju se tijekom određenih faza. Dakle, njihove zadaće se razlikuju ovisno o načinu izvršavanja, rukovođenja i upravljanja. Aktivnosti Zakona o obveznim odnosima (ZOO) odnose se na međusobne odnose između trgovaca koji primjenjuju potrebne trgovačke običaje, na način da ih prilagode teoriji i praksi; mogu se kreirati kao ugovorni i izvan ugovorni. Zakonom o računovodstvu definiraju se poslovi računovodstva poduzetnika, grupe poduzetnika i svi oblici financija i financijskih izvještavanja upisanih u poslovne knjige propisane na temelju zakona u Republici Hrvatskoj. Primarni zadaci Zakona o porezu na dobit (ZOPD) podrazumijevaju određena trgovačka društva i njihove porezne olakšice, plaće, kamate, porezne stope i druge obveze. Ovisno o kojem zakonu je riječ, mogućnost povezivanja tj. mogućnost lančanih veza među određenim zakonima nije

isključiva. Zakon o porezu na dodanu vrijednost sadrži procese provedbe utvrđivanja trenutka nastanka porezne obveze s tim da porezne obveze mogu biti propisane kao oporezive ili kao oslobođene plaćanja visine poreza.

8.2. Specifični propisi vezani uz obavljanje trgovine

Kako navodi Guzovski (2008) korisnost trgovine odnosi se njezine različite funkcije u području gospodarstva i uz to, pronalazak odgovarajućeg trgovačkog partnera kako bi došlo do usklađenog funkcioniranja. S obzirom da je trgovina u RH gospodarski segment koji se svakodnevno razvija u usporedbu na njenu povijest, u pogledu na trgovinu vidljivo je razvijanje različitih vrsta specijalizacije i novih tehnologija koje doprinose takvim djelatnostima. Nažalost, kako su prisutne brojne prednosti, tako su prisutni i brojni nedostaci koji se mogu shvatiti kao tipično obilježje trgovine upisano u Zakon o trgovini i Zakon o elektroničkoj trgovini.

Tako se prema Knežević (2011) Zakon o trgovini može raščlaniti na sljedeće stavke:

- „Zaštitne mjere pri uvozu i izvozu
- Trgovina sa inozemstvom
- Trgovina na domaćem tržištu
- Pristup zabrani nepoštene trgovine
- Ograničenja trgovine itd.“

Zakon o elektronskoj trgovini (ZOET) obuhvaća nastale suvremene uvjete sustava i tehnologija povezanih sa Internetom. Također, pokreće akcije pružanja informacijskih i komunikacijskih usluga i svih mogućih izmjena u poslovanju elektroničkog tipa.

Prema Guzovski (2008) zakonski propisano elektroničko poslovanje odnosi se na:

- „Poslovanje unutar tvrtke
- Poslovanje među tvrtkama
- Poslovanje između tvrtke i potrošača
- Poslovanje između tvrtki i javne administracije
- Poslovanje između javne administracije i potrošača“

Ovaj zakon značajan doprinos ostvaruje na način da olakšava međusobnu komunikaciju putem Interneta gdje prisutni kontakti svakodnevno bilježe porast vrijednosti. Prilikom sklapanja ugovor, otvorene su dvije mogućnosti sklapanja koje se odnose na sklapanje ugovora elektroničkim putem ili pak, u elektroničkom obliku. Sve to potrebno je zaključiti potpisom obveznopravne osobe koja je u skladu sa uvjetima i odredbama Zakona o elektroničkom potpisu. Vidović (2014) navodi kako se na određene vrste ugovora ipak Zakon o elektroničkoj trgovini ne provodi, a neki od primjera su: imovinski, predbračni, ugovor o predbračnoj raspodjeli života, ugovor o doživotnom životnom osiguranju, darovni ugovori, ugovor o prijenosu prava vlasništva, ugovore jamaca i druge slične ugovore koje provode drugi zakoni. Pretpostavka ovog zakona je da su obveznopravni odnosi propisani u skladu sa odredbama Zakona o elektroničkom potpisu s tim da se, sve uslugu obvezno moraju pružiti na jasan i razumljiv način određenim pojedincima.

8.3. Propisi vezani uz područje društveno odgovornog poslovanja

Segment društvenog odgovornog poslovanja svakodnevno dobiva na važnosti i sve više poduzeća koristi takav način poslovanja s obzirom daje DOP jedan od sastavnica etike i etičnog poslovanja. Kako bi poduzeće bilo uspješno i kako bi ostvarivalo određenu visinu profita, nužno je da ne samo viši menadžeri koriste oblike DOP-a, već i svi sudionici poslovnog procesa koji se provodi. S obzirom da još uvijek u svijetu, ne samo u Hrvatskoj, postoji niz negativnih eksternalija kao što su siromaštvo, ratovi, mito i korupcija te osjećaj nepravедnosti kojeg je moguće karakterizirati kao nužnost poticanja poduzeća o provedbi održivog razvoj i podizanja svijesti o okolišu, zaposlenicima i samoj zajednici. Eksplozivni rast doživljen tijekom zadnjih godina, a kao dokaz tomu su poduzeća koja ostvaraju velike uspjehe ne samo u dugoročnom uspješnom poslovanju, nego i u integraciji kvalitete života. Nažalost, vidljivo je kako pojedina hrvatska poduzeća zaostaju za svjetskom praksom je još uvijek na velikom naglasku. Zato je potrebno uspostaviti DOP u funkciji odgovarajućeg zakonskog okvira kako bi se poslovanje odvijalo na etički i zakon način djelovanja kako bi se izbjegle moguće situacije prekršaja i nezakonitih djela koji nisu u interesu kompanije.

9. Zaključak

Danas, pojam etika svakodnevno dobiva na važnosti ne samo ukoliko se radi o poslovnoj suradnji i poslovnim odnosima, nego i ukoliko je riječ o privatnom životu pojedinca. Svako društvo koje je definirano kao društvena zajednica manjeg ili većeg broja pojedinaca dužna je postupati u skladu sa propisanim pravilima etičkih normi. Ponašanje svakog pojedinca na jednak način utječe na poslovanje s obzirom da se sve više poduzeća okreće prema društveno odgovornom ponašanju koja su u skladu sa propisanim standardu. Takvo postupanje članova različitih poduzeća doprinosi pozitivnim ishodima i ostvarivanjem planiranog profita. Etika ujedno predstavlja sastavni dio svakog poduzeća, i to ponajprije svojim utjecajem i razvitkom vodi poduzeće do kvalitetnijeg poslovanja. Samim time uvođenje poslovne etike, a tako i etičkog kodeksa, koji regulira propisana pravila ponašanja iziskujući tako poslovne odnose među konkurentima, ostvaruje se dobro za cijelo društvo. Organizacijska kultura, uvođenje novih tehnologija i interneta također su iznimno važne za sve oblike etike i morala, s obzirom da se sve više pažnje pridaje praćenju novih trendova u odnosu na druge konkurente kako ne bi došlo do previše vidljivih nedostataka. Etiku je svakako potrebno sve više koristiti u poslovnoj praksi kako bi došlo do kontinuiranog svakodnevnog učenja uz poštivanje određenih zakona i propisa. Međutim, nisu samo vodeći menadžeri dužni slijediti ova pravila nego i svi oni koji sudjeluju u poslovnim interakcijama odnosno svi oni koji su u poslovnom odnosu, bez narušavanja bilo kojeg oblika zakona. Uz etiku koja predstavlja određenu vrstu običaja i standarda, uz prisustvo društveno odgovornog poslovanja, omogućuje tako i dugoročnu konkurentsku snagu koja je temeljena na svim propisanim zahtjevima i razvijenog sustava etičkih normi. Često do usporedbe etike odnosno etičkog poslovanja Hrvatske i Europske unije s obzirom da je još uvijek prisutan oblik mita i korupcije i nelegalnih postupaka koji nisu prihvaćeni od strane etike. Kako bi poduzeće poslovalo na etičan način, nužno je da se uvide zakonski okviri za ostvarenje pozitivne vrste poslovanja na način da poduzeća uspijevaju privući nove i pri tome zadržati postojeće konkurente što također, doprinosi njihovom poslovnom imidžu i poslovnom okruženju.

LITERATURA

Knjige :

1. Guzovski, D. (2008.): Trgovinsko poslovanje, Vukovar
2. Knežević, B., Dunković, D., Knego, N. i Segetlija, Z.(2011.): *Ekonomika trgovine*, Novi informator, Zagreb
3. Krkač, K. (2007.): Uvod u poslovnu etiku i korporacijsku društvenu odgovornost, Zagreb
4. Segetlija, Z. (2006.): Trgovinsko poslovanje, Zagreb
5. Vidović, A. (2014.): Poslovanje u trgovini, Zagreb
6. Vig, S. (2019.): Poslovna etika, Zagreb
7. Vujić, V., Ivaniš, M., Bojić, B. (2016) Poslovna etika i multikultura, Opatija

Znanstveni članci na Internetu :

1. Aleksić, A. (2007) Poslovna etika – element uspješnog poslovanja, Zagreb.
Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/26144>
2. Babić, Z. (2002.) *Etika i ekonomija: propitivanje odnosa*, Zagreb.
Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/file/44499>
3. Brčić, B. Kotruljevičev nauk o pravednu trgovcu: podudarnosti i razlike s Aristotelovim poimanjem pravednosti, Split. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/52165>
4. Ćorić, M. i Jelavić, I. (2009). Etika u poslovanju. Etičko vodstvo u poslovnom kontekstu sa slučajevima iz prakse. [Online]. Dostupno na: http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=64598

Internet:

1. <http://www.mvep.hr/hr/hrvatska-i-europska-unija/hrvatska-i-europska-unija/proces-stabilizacije-i-pridruživanja-/sporazum-o-stabilizaciji-i-pridruživanju/>
2. <https://vlada.gov.hr/UserDocsImages/2016/Sjednice/Arhiva/135.%20->

[%204.2.pdf](#)

3. <https://www.poslovni.hr/lifestyle/u-hrvatskoj-poslovna-etika-je-prihvatljiv-luksuz-76453>

Popis priloga

Popis tablica :

Tablica 1. Tri polja ljudske akcije	27
Tablica 2. Povezanost etike i zakonskih okvira.....	28

Popis slika :

Slika 1. Individualne determinante moralnih standarda	10
Slika 2. Utjecaj na poslovanje i etiku	12
Slika 3. Proces donošenja etičke odluke.....	15
Slika 4. Subjekti razmjene.....	17
Slika 5. Utjecajni faktori na etično ponašanje u organizaciji	26