

# KODEKS

# ODGOVORNOG

# POSLOVANJA

Udruženja za usklađenost  
u poslovanju



POVERENIK  
ZA INFORMACIJE  
OD JAVNOG ZNAČAJA  
I ZAŠTITU PODATAKA  
O LIČNOSTI



**USAID**  
OD AMERIČKOG NARODA



propulsion



NALED



CORPORATE  
COMPLIANCE  
ASSOCIATION

Program Nova pismenost radi s građanima, medijima, kompanijama, obrazovnim sistemom, influencerima i državnom upravom kako bi se najbolje prakse medijske, informacione i digitalne pismenosti našle među temeljima savremenog i konkurentnog srpskog društva.

## UVOD

Udruženje za usklađenost u poslovanju („Udruženje”) udruženje je pojedinaca i kompanija čiji je cilj promocija etike, kulture i usklađenosti u poslovanju, kao bitnih preduslova održivog i uspešnog poslovanja svake kompanije, kao i napretka društva u celini. Delujući kao forum za komunikaciju i saradnju različitih zainteresovanih subjekata, dodatnu edukaciju profesionalaca u oblasti usklađenosti u poslovanju i onih koji to žele da postanu, Udruženje promovise značaj načina na koji kompanije posluju i teži da utiče na dalji razvoj funkcije usklađenosti poslovanja u regionu.

Kodeks odgovornog poslovanja („Kodeks”) predstavlja etički kodeks Udruženja kojim se promovisu univerzalne vrednosti i ponašanja u skladu sa tim vrednostima, a koja se mogu primeniti u svim privrednim subjektima, bez obzira na veličinu, industriju i sektor poslovanja. Cilj Kodeksa je da doprinese transparentnom i odgovornom poslovanju privrednih subjekata koji pristupe Kodeksu, kao i daljoj promociji etike, kulture i usklađenosti u poslovanju.

U skladu sa svojim ciljevima i misijom, Udruženje poziva sve zainteresovane privredne subjekte da prihvate i poštuju vrednosti definisane Kodeksom. Pristupanjem Kodeksu privredni subjekti potvrđuju da je njihovo poslovanje u skladu sa Kodeksom, kao i svoju privrženost vrednostima Kodeksa i etičkim principima poslovanja, koje su dužni da poštuju i promovisu.

## PRISTUPANJE KODEKSU I POŠTOVANJE OSNOVNIH PRINCIPA ODGOVORNOG POSLOVANJA

Kodeksu se pristupa na dobrovoljnoj bazi, zahtevom za pristupanje Kodeksu, koji svaki privredni subjekt zainteresovan za pristupanje podnosi Udruženju. Upravni odbor Udruženja razmatra svaku prijavu za pristupanje Kodeksu i odlučuje o njoj na osnovu informacija koje dobija od privrednog subjekta, podnosioca zahteva i iz drugih relevantnih izvora.

Udruženje javno objavljuje listu privrednih subjekata koji poštuju principe definisane Kodeksom, kao vrstu neformalne sertifikacije kompanija koje posluju u skladu sa etičkim standardima. Privredni subjekti koji su pristupili Kodeksu mogu učiniti javno dostupnom informaciju da se nalaze na listi privrednih subjekata koji poštuju principe definisane Kodeksom (npr. na svojoj internet stranici i/ili u komunikaciji sa svojim poslovnim partnerima, klijentima itd.).

Ukoliko principi definisani Kodeksom nisu poštovani od strane privrednog subjekta u trenutku podnošenja prijave za pristupanje Kodeksu ili nakon pristupanja Kodeksu, Upravni odbor Udruženja može doneti odluku o dodatnoj proveri poštovanja principa odgovornog poslovanja ili ispisivanju privrednog subjekta iz liste privrednih subjekata koji poštuju principe Kodeksa. Ova odluka mora biti obrazložena i saopštena privrednom subjektu pre njegovog brisanja iz liste privrednih subjekata koji poštuju principe definisane Kodeksom.

Privredni subjekti koji su pristupili Kodeksu, ali kasnije prestanu da se ponašaju u skladu sa jednim njegovim principom ili ne poštuju više principa definisanih Kodeksom, dužni su da obaveste Udruženje o ovoj promeni u primerenom roku, ne dužem od 30 dana od nastupanja promene čija je posledica odstupanje od ponašanja i principa definisanih Kodeksom.

Privredni subjekti koji su pristupili Kodeksu mogu u svakom trenutku doneti odluku da istupe, o čemu moraju obavestiti Udruženje i druge zainteresovane strane (u slučaju da su informaciju o poštovanju principa definisanih Kodeksom javno obznanili ili koristili u komunikaciji sa drugim licima i privrednim subjektima). Nakon prijema ove informacije, Udruženje pristupa brisanju privrednog subjekta sa liste privrednih subjekata koji poštuju principe definisane Kodeksom.

## **ODNOS PREMA ZAKONIMA I DRUGIM PROPISIMA**

Pristupanje ovom Kodeksu ne utiče na obavezu privrednih subjekata da posluju u skladu sa pravnim okvirom, zakonima i drugim propisima koji uređuju njihovo poslovanje. Takođe, pristupanje Kodeksu i poštovanje principa definisanih Kodeksom ne abolira privredne subjekte i zaposlene u privrednim subjektima od poštovanja etičkih kodeksa, pravilnika ponašanja i drugih internih akata koji definišu vrednosti, principe i poželjna ponašanja u konkretnom privrednom subjektu.



# OSNOVNI PRINCIPI ODGOVORNOG POSLOVANJA



# 1. Transparentna komunikacija i principi medijske i digitalne pismenosti

Trebalo bi da privredni subjekti teže transparentnosti u komunikaciji putem digitalnih i tradicionalnih medija kako bi se osiguralo pružanje istinitih, tačnih i relevantnih informacija. Transparentnost je ključna za negovanje poverenja, održavanje etičkih standarda i izgradnju čvrstih odnosa sa različitim zainteresovanim stranama.

Javna i interna komunikacija mora da bude jasna, direktna i tačna, bez preterivanja, obmanjujućih izjava ili lažnih tvrdnji.

Radi transparentnosti, privredni subjekt treba da učini informacije lako dostupnim svim zainteresovanim stranama. Treba da obezbedi jasne kanale za komunikaciju, kao što su veb-stranice, platforme društvenih mreža i kontakt detalji, kako bi se omogućio jednostavan pristup informacijama. Ovo uključuje objavljivanje važnih dokumenta, smernica i izveštaja koji prikazuju poslovanje organizacije, prakse održivosti i finansijski učinak.

Od privrednih subjekata se očekuje da podstiču otvorenu i dvosmernu komunikaciju sa zainteresovanim stranama, bilo da je reč o potrošačima, institucijama, drugim pravnim licima i konkurenciji ili medijima. Posebnu pažnju treba posvetiti negovanju odnosa saradnje sa drugim organizacijama i izgradnji partnerstava. U slučaju potencijalnih sukoba interesa – treba biti otvoren i osigurati da je partnerstvo u skladu sa vrednostima i etičkim standardima pravnog subjekta.

Oglašavanje privrednog subjekta treba da se zasniva na poštovanju pravila društvene odgovornosti, zakonitosti i korektne konkurencije. Oglasne poruke moraju da budu jasno označene i prepoznate kao deo marketinške kampanje ili reklamni materijal.

Smernice za poslovanje i komunikaciju usklađenu sa principima medijske i digitalne pismenosti detaljno su opisane [u posebnom dokumentu](#).

## 2. Zaštita potrošača

Potrošači, kao krajnji kupci proizvoda ili korisnici usluga privrednog subjekta, moraju imati posebnu zaštitu od strane privrednih subjekata. Ovo podrazumeva da se ekonomski interes potrošača mora uzimati u obzir prilikom definisanja proizvoda i usluga, kao i u svim fazama poslovnog odnosa privrednog subjekta i potrošača, uključujući ali ne ograničavajući se na: reklamiranje proizvoda ili usluge, nuđenje proizvoda ili usluge, informisanje potrošača u predugovornoj fazi, prilikom zaključenja ugovora ili transakcije, u toku korišćenja proizvoda ili usluga, kao i nakon prestanka poslovnog odnosa i prestanka korišćenja proizvoda ili usluga.

Privredni subjekt je dužan da obezbedi visok nivo transparentnosti u komunikaciji sa potrošačem, kako bi se obezbedilo da potrošač u svakom trenutku raspolaže dovoljno kvalitetnim informacijama kako bi doneo informisanu odluku u vezi sa proizvodima ili uslugama privrednog subjekta.

U svom poslovanju privredni subjekti ne smeju diskriminisati potrošače na bilo koji način, kako u pogledu ličnih svojstava potrošača tako i u pogledu uslova zaključenja poslovnog odnosa ili transakcije, uslova isporuke proizvoda ili pružanja usluge, cene, količine, kvaliteta proizvoda i usluga itd. Privredni subjekt je dužan da čuva kao poslovnu tajnu podatke koje dobije pre, tokom i nakon poslovnog odnosa sa potrošačem, u skladu sa važećim propisima koji regulišu poslovnu tajnu i zaštitu podataka o ličnosti.

Kako bi se obezbedila valjana komunikacija sa klijentom i ostvarila prava klijenta na reklamaciju proizvoda ili usluge, privredni subjekt je dužan da saraduje sa potrošačem i da obezbedi lako dostupan način podnošenja reklamacija i njihovog rešavanja.

### 3. Poverljivost podataka

Privredni subjekti, odnosno svi zaposleni ili na drugi način angažovani u privrednim subjektima – dužni su da sve podatke koje saznaju u vezi sa svojim poslovanjem čuvaju kao poslovnu tajnu, u skladu sa propisima koji regulišu ovu oblast. Ovo uključuje adekvatne mere zaštite i čuvanja poslovnih informacija, propisivanje procesa i procedura u vezi sa tim, kao i definisanje posebnih izjava ili unošenje posebnih klauzula u ugovore o angažovanju zaposlenih, članova organa uprave i drugih lica koja obavljaju poslovnu delatnost u ime i za račun privrednog subjekta da čuvaju poslovnu tajnu tokom, ali i nakon prestanka svog radnog angažovanja.

Privredni subjekti posebno moraju voditi računa o podacima o ličnosti i njihovoj adekvatnoj zaštiti u skladu sa propisima koji regulišu zaštitu podataka o ličnosti. U skladu sa ovim principom, privredni subjekti moraju imati adekvatne procese i procedure koji obezbeđuju transparentnost pre, tokom i nakon trajanja obrade podataka o ličnosti, imenovano lice za zaštitu podataka o ličnosti, obuke i treninge, IT rešenja i druge aktivnosti i mere sa ciljem pravovremene i adekvatne zaštite podataka o ličnosti. Sve navedene mere i aktivnosti moraju biti u skladu sa važećim propisima koji regulišu ovu oblast, kao i najboljom praksom (npr. principom „need to know”).

Posebna zaštita se mora pružiti zaposlenim licima u privrednom subjektu i drugim fizičkim licima čiji se podaci obrađuju u kontekstu radnog angažovanja.



## 4. Sprečavanje korupcije

Privredni subjekti koji pristupe Kodeksu dužni su da primenjuju mere i aktivnosti za sprečavanje korupcije. U tom smislu, Kodeks predviđa „nulti nivo tolerancije” za bilo kakve akte korupcije, nuđenje, davanje, primanje mita i korupcije, stavljanje u izgled, obećavanje ili zahtevanje mita i korupcije, kao i podsticanje drugih lica da preduzimaju ove aktivnosti.

Kako bi se uspešno bavili sprečavanjem korupcije, privredni subjekti mogu imati posebne programe borbe protiv korupcije, imenovana lica ili timove koji se bave ovom oblašću, treninge, kampanje podizanja svesti o značaju borbe protiv korupcije i negativnim posledicama koruptivnih radnji, interne evidencije poklona itd. Program borbe protiv korupcije ne mora biti jedan dokument sa takvim nazivom, već set mera, procedura i procesa čiji je cilj efikasno sprečavanje korupcije.



## 5. Sprečavanje sukoba interesa

Sva lica koja imaju fiducijarnu dužnost prema privrednom subjektu (npr. direktori, zakonski zastupnici, članovi upravnog i izvršnog odbora, odbora za reviziju, nadzornog odbora itd.) moraju voditi računa o interesima privrednog subjekta i pravovremeno prijaviti stvarni ili potencijalni sukob interesa. Ova vrsta sukoba interesa najčešće se pojavljuje u situacijama kada član nadležnog organa za odlučivanje o određenom pitanju ima lični interes u predmetnoj stvari o kojoj se odlučuje ili kada obavlja više funkcija u organizaciji koje proizvode sukob interesa (npr. nalazi se i u organu koji je zadužen za sprovođenje poslovne politike i strategije privrednog subjekta i u organu koji vrši nadzor nad sprovođenjem poslovne politike i strategije privrednog subjekta).

O sukobu interesa koji može da nastane kao posledica različitih interesa privrednog subjekta i pojedinca koji je angažovan u privrednom subjektu moraju voditi računa i svi zaposleni i na drugi način angažovani u privrednom subjektu.

Privredni subjekt mora imati razvijene politike sprečavanja i upravljanja sukobom interesa, kao i definisane mere kojima se potencijalni ili stvarni sukobi interesa sprečavaju ili se njima upravlja na adekvatan način.

## 6. Zaštita konkurencije

Privredni subjekti ne smeju preduzimati mere i radnje kojima bi se na nedopušten način narušila konkurencija i korektna tržišna utakmica svih učesnika na tržištu.

Ovo posebno podrazumeva zabranu restriktivnih sporazuma, nepravičnih ugovornih klauzula, nedozvoljenih koncentracija, zloupotrebu dominantnog položaja i druge mere i radnje koje su u suprotnosti sa principima zaštite konkurencije i važećim propisima koji regulišu ovu oblast.

Privredni subjekti mogu imati posebne politike zaštite konkurencije, posebna lica i timove koji se bave ovom temom, obuke i treninge, kao i programe usklađenosti poslovanja koji garantuju da se konkurencija i principi slobodnog tržišta neće narušavati u poslovanju privrednog subjekta.



## 7. Održivo poslovanje

Privredni subjekti moraju poslovati u skladu sa principom održivog poslovanja, koji podrazumeva zaštitu životne sredine, jačanje ekološke svesti i društvenu odgovornost.

Kako bi poslovne operacije privrednog subjekta bile u skladu sa ovim principom, svaki privredni subjekt treba da vodi računa o tome da svojim poslovnim aktivnostima ne narušava životnu sredinu. Ovo podrazumeva jasne mere kojima se postižu ciljevi kao što su smanjenje potrošnje električne energije, čiste vode, izduvnih i drugih gasova koji doprinose efektu staklene bašte i utiču na povećanje temperature na planeti Zemlji.

Takođe, od privrednih subjekata se očekuje da imaju jasnu strategiju jačanja ekološke svesti kod potrošača, svojih zaposlenih, poslovnih partnera i dobavljača.

Poslovanje privrednih subjekata treba da bude društveno odgovorno, zasnovano na uzajamnosti, solidarnosti i pomoći zajednicama u kojima privredni subjekt posluje.

## AMBASADORI ODGOVORNOG POSLOVANJA

Pozivamo sve zainteresovane privredne subjekte da se pridruže Kodeksu i da poštuju i promovišu vrednosti i principe odgovornog poslovanja, u skladu sa važećim propisima, etičkim principima i najboljom praksom na tržištu.

Uvereni smo u to da je poslovanje u skladu sa etičkim principima korisno kako za samu kompaniju i njene zaposlene tako i za potrošače i druge poslovne partnere, kao i društvo u celini.

Daljim razvojem i promocijom korporativne kulture, usklađenosti i etike u poslovanju čuvamo integritet, gradimo reputaciju, unapređujemo poslovni ambijent i razvijamo tržište na kojem poslujemo, stvarajući odnose poverenja među svim relevantnim tržišnim učesnicima.

*Inicijativa „Ambasadori odgovornog poslovanja” i Kodeks odgovornog poslovanja nastali su u okviru programa „Nova pismenost”, koji partnerski sprovode Američka agencija za međunarodni razvoj (USAID) i „Propulsion”, u saradnji sa Udruženjem za usklađenost u poslovanju.*



**POVERENIK**  
ZA INFORMACIJE  
OD JAVNOG ZNAČAJA  
I ZAŠTITU PODATAKA  
O LIČNOSTI



**USAID**  
OD AMERIČKOG NARODA



**propulsion**



**NALED**



**CORPORATE  
COMPLIANCE  
ASSOCIATION**

Izrada ovog kodeksa u okviru programa Nova pismenost omogućena je uz podršku američkog naroda putem Američke agencije za međunarodni razvoj (USAID). Sadržaj kodeksa i pratećih materijala je isključiva odgovornost autora i ne predstavlja nužno stavove USAID-a ili Vlade SAD.