

DRUŠTVENO ODGOVORNO POSLOVANJE U FUNKCIJI POBOLJŠANJA PRIVREDNOG AMBIJENTA U REPUBLICI SRBIJI

Ljiljana Rajnović*

ljrajnovic@yahoo.co.uk

Rezime

Pitanje društvene odgovornosti kompanija prvi put je pravno utemeljeno u pravu Nemačke 1937. godine, usvajanjem Zakona o akcionarskim društvima, kojim je inkorporisan interes države u akcionarskim društvima. Time je prvi put formalno država nominovana kao jedan od konstituenata zainteresovanih za poslovanje kompanije. Sve do tada, pitanje društvene odgovornosti kompanija, pre svega sa stanovišta teorije a kasnije institucionalno, počelo se raspravljati tek sa pojavom krize berze i berzanskih skandala, kao jednim od segmenata korporativnog upravljanja, kada se priznalo da kompanija ipak ima uticaj na državu u raznim oblicima delovanja.

Stepen do koga se kompanije pridržavaju prepoznatljivih pravila društveno odgovornog poslovanja je sve značajniji faktor za odluke o investiranju. Ukoliko zemlje žele u punoj meri da iskoriste globalno tržišta kapitala i da privuku dugoročni kapital, poštovanje pravila društvene odgovornosti mora da bude uverljivo i da poštuje međunarodno priznate principe i dobre prakse. Da bi ostale konkurentne u svetu koji se menja, kompanije moraju unositi novine u svoje poslovanje i prilagoditi ga tako da zadovolji nove zahteve i iskoristi nove mogućnosti. Paralelno tome, vlade zemalja imaju veliku odgovornost za oblikovanje delotvornog okvira koji pruža dovoljnu fleksibilnost da omogući efikasno funkcionisanje tržišta i odgovori na očekivanja privrednih subjekata.

Iako normativni okvir Srbije, ne zaostaje mnogo u oblasti društveno odgovornog poslovanja za savremenim trendovima ove regulative u okruženju, ipak se svakodnevno susreće sa nerazvijenom poslovnom sudskom praksom a posebno kada se radi o odgovornosti kontrolnog akcionara, uprave društava, revizora itd.

* Institut za ekonomiku poljoprivrede, Beograd, Rad pripremljen u okviru projekta III 46006

Ključne reči: društveno odgovorno poslovanje, korporativno upravljanje, meka regulativa, većinski vlasnik kapitala, fiducijarna dužnost prema društvu, lica zainteresovana za poslovanje privrednog društva, nadzor, pristup informacijama, odgovornost organa upravljanja.

UVOD

Predmet ovog rada je prikaz poštovanja dobre prakse društveno odgovornog poslovanja, njegove efekte na unapređenje ekonomske efikasnosti kompanija u Republici Srbiji i privrednog ambijenta uopšte.

Na poslovanje kompanije, sa internog aspekta utiče odnos između učesnika u sistemu upravljanja, akcionara, poverioca i zaposlenih, a eksterni aspekt korporativnog upravljanja usmeren je na odnose između kompanije i spoljnih nosilaca interesa, a to su vlade zemalja, državni organi i lokalna zajednica u kojoj kompanija posluje. Uloga svih navedenih učesnika u njihovo međusobno delovanje, dosta varira među zemljama, ali postoji opšta saglasnost da savremena privredna društva ne mogu delotvorno da obavljaju svoju delatnost, a da istovremeno ignorišu interese interesnih grupa. Ovi odnosi podležu delom zakonima i propisima, a delom dobrovoljnom prilagođavanju. Opšte zastupljeno gledište je, da je neophodno svim grupama pridavati važnost i sugerisati respektovanje i njihovih interesa.

Krajem prošlog veka, društveno odgovorno poslovanje postaje interesna tema i u Republici Srbiji, ali izgleda da je mali broj privrednih društava shvatio značaj i prednosti primene pravila društveno odgovornog poslovanja, koja se često uvode površno i u najvećem broju slučajeva samo kao promotivna aktivnost a ne kao sredstvo koje omogućava društvu da stekne poverenje konstituenata, poveća investicionu privlačnost i obezbedi lakši i povoljniji pristup kapitalu.

1. DRUŠTVENA ODGOVORNOST KOMPANIJA

Ideja o društvenoj odgovornosti kompanija prvi put je našla svoje mesto u pravu Nemačke 1937. godine, usvajanjem Zakona o akcionarskim društvima. Ako se ima u vidu da je Nemačka tvorac pravne države i načela savesnosti

i poštenja, kao opšte prihvaćenog načela ne samo u poslovanju u privredi, obligacionim, imovinskim i drugim odnosima, već i u pravnom životu uopšte, a koje je inkorporisano u sve ustave sveta i međunarodne ugovore, razumljivo je da se ovaj koncept našao pre svih, upravo u pravu Nemačke. Tim aktom inkorporisan je interes države u akcionarskim društvima, na osnovu koncepta „posebnog interesa kompanije kao pravnog lica,„. Tim zakonom je formiran dvodomni model uprave u Nemačkoj, koji uvodi nadzorni odbor sa zadatkom da se stara o posebnim interesima kompanije („interes društva,„).

Ovim putem je prvi put formalno država nominovana kao jedan od konstituenata zainteresovanih za poslovanje kompanije. Inače sve do tada, a u mnogim zemljama sveta i danas, pitanje društvene odgovornosti kompanija, pre svega sa stanovišta teorija a tek kasnije, po negde institucionalno, počelo se raspravljati¹ tek sa pojavom krize berze i velikih berzanskih skandala, kao jednim od segmenata korporativnog upravljanja,² kada se priznalo da kompanija ipak ima uticaj na državu u raznim oblicima delovanja, kroz uticaj na životnu sredinu, javne prihode države, ekonomiju države, politiku države, potrošače itd.

Time se prvi put postavilo pitanje ispravnosti američkog stava o isključivosti interesa vlasnika kapitala u društvu kapitala. Suočavajući se sa velikim sistemskim krizama, postavlja se pitanje da li je kompanija ustanova samo privatnog prava ili je sve više pored toga i ustanova koja ima opšte društvenu funkciju (koja pored privatnopravne funkcije ima i svojevrsne javnopravne funkcije zadovoljavanja i drugih interesa, od kojih su neki i privatni interesi, a neki i javni interesi)?³

¹ Mnogi pojam društvene odgovornosti kompanija „izjednačavaju sa filantropijom. Takođe, i termini „društveni,„ i „odgovornost,„ su krivo interpretirani. „Društveno,„ ne znači ono što je domen vlade, već korporacije u vezi sa društvom, uključujući i životnu sredinu. „Odgovornost,„ je za jedne polaganje računa prema društvu, a za treće dobro prosuđivanje,„. Vid. Antonio Vives, „Corporate Social Responsibility: The Role of Law and Markets and the Case of Developing Countries,„ Chicago – Kent Law Review, 83:1/2008. Neki teoretičari smatraju da je pojam društvene odgovornosti sam po sebi *contradictio in adjecto*. Vid. Svetislav Taboroši, „Društvena odgovornost kompanija,„ PŽ 11/2005, 41.

² Hamers Jos, Schwarz Kid, Bisschop Bas Steins (16/2005) 299 „Corporate Social Responsibility Trends in the Netherlands and Europe,„ Stellenbosch Law Review; Gill Amiram (26/2008) str. 461-465 i 473-474 „Corporate Governance as Social Responsibility: A Research Agenda,„ Berkeley Journal of International Law.

³ Vid. Douglas Branson, „Corporate Governance Reform and the 'New' Corporate Social Responsibility“, University of Pittsburgh Law Review 62,2000-2001, 611 i 635-636.

Traženje odgovora na ovo pitanje postavilo je i fenomen društvene odgovornosti kompanije. Početak novog veka postao je vek pune afirmacije sistema društvene odgovornosti kompanija.

2. PRAVNO REGULISANJE DRUŠTVENE ODGOVORNOSTI

Koncept društvene odgovornosti, nastao je pre svega na osnovama dobrovoljnosti da bi kasnije donekle prerastao u polje pravne obaveznosti. U slučaju sukoba interesa između maksimiranja profita i društvene odgovornosti kompanije, teorija društvene odgovornosti daje argumente koji idu u prilog društvenoj odgovornosti a to su: pravni argumenti; ekonomski; kadrovski i etički - kompanije imaju opštu odgovornost prema društvu u kom funkcionišu.⁴

Evropska komisija je u 2001. godini, izdala prvi akt o fenomenu društvene odgovornosti. SAD ne poznaju univerzalno prihvaćen sistem društvene odgovornosti korporacije,⁵ gde je i dalje, sve podređeno samo maksimizaciji profita vlasnika. Društvena odgovornost kompanija definisana je u sledećim aktima Evropske komisije: 1) u tzv. Zelenoj knjizi, koja je doneta kao „koncept prema kojem kompanije na dobrovoljnoj osnovi integrišu brigu o društvenim i ekološkim pitanjima u svoje poslovne aktivnosti i odnose sa svojim stejkholderima,“ Ova definicija postala je referentna za definisanja tzv. društvene odgovornosti kompanija za dokumente koji će kasnije uslediti; 2) u toku 2002. godine, Evropska komisija objavljuje Saopštenje 347, kao sastavni deo Zelene knjige.⁶ 3) Novo Saopštenje 136, Evropske komisije objavljeno 2006. godine, razmatra pitanje partnerstva vlada i poslodavaca u procesu ostvarivanja ekonomskog rasta i zaposlenosti, kao jedno od primarnih pitanja sistema društvene odgovornosti kompanija.⁷ 4) Zatim, Evropska komisija, 2010. godine

⁴ Vid. Marina Nehme, Claudia Koon Ghee Wee, „Tracing the Historical Development of Corporate Social Responsibility and Corporate Social Reporting“, James Cook U. L. Rev. 15/2008, 134-135.

⁵ COM (2001), 366 final, GREEN PAPER: Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility (CSR).

⁶ COM (2002), 347 final: Communication from the Commission concerning CSR: A business contribution to sustainable development.

⁷ COM (2006), 136 final: Communication from the Commission concerning CSR: Implementing the Partnership for Growth and Jobs: Making Europe a pole of excellence on CSR.

u EU Strategiji – Evropa 2020.⁸, definiše sistem tzv. održivog razvoja, pravce mera i očekivanja za bolji život Evropljana bez ugrožavanja budućnosti i planete i predstavlja odgovor Evropske komisije na poljuljano poverenje javnog mnjenja u poslovni sektor; 5) OECD Vodič za multinacionalna preduzeća,⁹ i drugi vodiči nevladinih organizacija, RIO Declaration on Environment and Development,¹⁰ UN Norms on the Responsibilities of Transnational Corporations and Other Business Enterprises With Regard to Human Rights.¹¹

Fenomen društveno odgovornog poslovanja kompanija srpskom tržištu u skladu sa strategijom približavanja EU, regulisan je pravilima: Foruma poslovnih lidera Srbija (BLF Serbia, 2007); Globalni dogovor Srbija (UN Global Compact Serbia, 2007) i realizacija projekta u okviru Privredne komore Srbije „Uspostavljanje društvene odgovornosti u jugoistočnoj Evropi,„; Strategijom razvoja i promocije društveno odgovornog poslovanja u Srbiji za period od 2010. do 2015. godine,¹² koja, po ugledu na model EU, sadrži tri suštinske stvari: poštovanje zakonskih obaveza, umanjenje i eliminisanje negativnih efekata poslovanja i upravljanja rizikom i uvećanje pozitivnih efekata poslovanja kompanija na celokupno društvo na teritoriji Srbije. Vlada Srbije donela je u maju 2008. godine i Akcioni plan za period od 2009. do 2017. godine,¹³ kojom se promoviše princip razvoja privrede na znanju i veštinama, društveno (socijalnom) ekonomskom razvoju i zaštiti životne sredine ali, ostaje da se vidi, koliko će se stvarno primenjivati u praksi i doneti očekivane efekte.

Usvajanje posebnog standarda u vezi sa društveno odgovornim poslovanjem – ISO 26000, uputstvo za primenu sistema društveno odgovornog poslovanja kompanija,¹⁴ od strane Međunarodne organizacije za standardizaciju, podstaklo je Srbiju da ovaj standard proglasi za SRPS – ISO 26000.¹⁵

⁸ Europe 2020 (2010): A Strategy for Smart, Sustainable and Inclusive Growth

⁹ OECD Guidelines for MNE, 19, OECD Doc. /GD (97) 40 (2000), <http://www.oecd.org/dataoecd/56/36/1922.428.pdf>, 17.

¹⁰ UN Conference on Environment and Development, Annex I, Agenda Item 21, at 8-11, UN Doc. A/Conf. 151/26 (Vol I) (Aug.12,1992)

¹¹ UN ESCOR, 55th Sessin, Agenda item UN. Doc E/CN.4/Sub.2/2003/38/Rev.2.

¹² <http://www.srbija.gov.rs>.

¹³ Službeni glasnik RS, br. 57/2008.

¹⁴ ISO 26000, Guidance on Social Responsibility. www.iso.org.

¹⁵ Službeni glasnik RS, br. 30/2011.

3. OSNOV DRUŠTVENE ODGOVORNOSTI KOMPANIJA

Zemlje članice Evropske Unije imaju različit pristup zakonskoj regulativi koncepta društvene odgovornosti kompanija. Univerzalni trend regulative u EU i drugde je, da se i ovaj institut zasniva pre svega na zakonskim osnovama, naročito u oblasti obaveznog dela koji se odnosi na sledeće: korporacijsko izveštavanje i dužnosti direktora/uprave i to fiducijarne dužnosti rada u interesu privrednog društva, što gotovo svi zakoni evropskih zemalja uređuju na imperativnoj osnovi.

Društveno odgovorno poslovanje kompanija bazira se na tri osnova: uspešno, dugo i profitabilno poslovati, biti etičan i društveno odgovoran.

Takođe, Velika Britanija je prva zemlja u okviru Evropske Unije koja je uvela funkciju ministra za društveno odgovorno poslovanje. Danska vlada je razvila društveni indeks za merenje stepena posvećenosti kompanije društvenoj odgovornosti. Evropski parlament se zalaže za ustanovljenje evropskih mehanizama izvršenja pravila društvene odgovornosti kompanija i preporučuje Komisiji EU da razmotri prednosti zakonski obavezujućih standarda na dobrovoljnim principima primene društveno odgovornog poslovanja.¹⁶

Republika Srbija na formalnom planu ne zaostaje mnogo. Vlada Srbije donela je Akcioni plan za period od 2011. do 2013. godine, kojim planom je utvrdila mere i aktivnosti za sprovođenje donete Strategije razvoja i promocije društvenog odgovornog poslovanja u Srbiji. Njime se predviđa da nadležna ministarstva ustanove zajedničko telo za ove aktivnosti, na čelu sa Ministarstvom rada i socijalne politike u svakom slučaju uz odgovarajuću ulogu i ministarstva privrede, ministarstva nadležnog za regionalni razvoj, privrednih komora i drugih ministarstava. Doprinos ovom cilju očekuje se i od Nacionalne strategije održivog razvoja Republike Srbije za period 2009 - 2017. godina,¹⁷ koja je pripremljena sa namerom sprovođenja u predviđenom periodu.

Sistem društvene odgovornosti u Evropske Unije danas je integrisan na sledeće: zaštita životne sredine i održivog razvoja; zaštite prava rada, eliminisanje svih formi prinudnog rada, ukidanje rada dece, podsticanje obrazovanja za rad, eliminisanje diskriminacije pri zapošljavanju, poštovanje propisa zaštite zdravlja i sigurnosti; zaštite potrošača; društvenih pitanja i zapošljavanja; javnih nabavki;

¹⁶ Davidsson Pall (8/2002) 541-542 „Legal Enforcement of Corporate Social Responsibility within the EU“, Columbia Law Journal of European Law.

¹⁷ Službeni glasnik RS, br. 57/2008.

politiku ljudskih prava, gde je posebno otvoreno pitanje da li zavisno društvo osnovano u drugoj zemlji treba da poštuje standarde koji postoje u državi svog sedišta ili standarde države kontrolnog društva.

4. PREDNOSTI DRUŠTVENO ODGOVORNOG POSLOVANJA

U prilog primene fenomena društvene odgovornosti ukazuju i razlozi etike i razlozi marketinga, ali zbog toga što oba imaju svoj ekonomski izraz u povećanju profita.¹⁸ Smatra se da je reč o svojevrsnoj investiciji, tzv. društveno odgovornom investiranju, a ne trošku¹⁹ tako da se ima utisak da i kao takvi oni nisu dovoljni. Radi se, o stvarnom uslovu bez koga nema održivog razvoja kompanija na dugi rok, kao ni razvoja i stabilnosti društva i svake pojedinačne države u celini.

Evropski koncept društveno odgovornog poslovanja kompanija, kao dobar primer bazira se na nekoliko principa: samostalno odlučivanje kompanija o prihvatanju ili neprihvatanju sistema društveno odgovornog poslovanja, aktivna uloga države u promovisanju sistema društvene odgovornosti kompanija koji ima pozitivne ekonomske efekte, implementacija ključnih načela sistema društvene odgovornosti kompanija utvrđenih u prihvaćenim međunarodnim dokumentima i primena načela supsidijarnosti – u razvoju sistema društvene odgovornosti kompanija imaju određene uloge i države članice, i kompanije, i organi evropskih integracija.

Pored navedenog, Evropska komisija smatra da je za sistem društvene odgovornosti kompanije posebno važno²⁰: afirmisati saznanja o pozitivnom uticaju društveno odgovornog poslovanja na kompanije i društvo u celini, kako u Evropskoj Uniji, tako i u svetu, posebno u zemljama u razvoju; omogućavanje razmene iskustava i dobre prakse između kompanija; promovisanje razvoja menadžerskih veština; jačanje primene društveno odgovornog poslovanja među malim i srednjim kompanijama; promovisanje transparentnosti društveno odgovornog poslovanja; pokretanje multistekholder foruma na nivo EU itd.

¹⁸ Savković Vladimir (2009) str. 430, PŽ „Društvena odgovornost kompanija – od moralne do pravne obaveze“.

¹⁹ Besmer Veronica 2/2006, str. 290-292, „The Legal Character of Private Codes of Conduct: More than Just a Pseudo-Formal Gloss on Corporate Social Responsibility“, Hasting Business Law Journal.

²⁰ COM (2002) 347 final, 8.

Društveno odgovorno poslovanje obezbeđuje više povoljnih efekata: 1) dovodi do poboljšanja ekonomske efikasnosti kompanije; omogućava pristup tržištima kapitala; dovodi do stabilnijih izvora finansiranja i niže cene kapitala; obezbeđuje reputaciju kompaniji, njenoj upravi i rukovodiocima itd.; 2) društveno odgovorno poslovanje je usmereno i na pronalaženje načina da nosioci interesa ulažu u ljudski i fizički kapital na socijalno efikasnom nivou, što je interes i države i lokalne zajednic; 3) društveno odgovorno poslovanje doprinosi poštovanju zakonitih interesa svih učesnika u korporativnim aktivnostima, poverenje između svih grupa uključenih u korporativne aktivnosti, koje mogu da poboljšaju kvalitete poslovanja kompanije, putem povećanja vrednosti kompanije, rasta kompanije, otvaranja novih radnih mesta, sposobnosti kompanije da privuče investicije i povećanja finansijske stabilnosti i profitabilnosti kompanije; 4) bitna prednost društveno odgovornog poslovanja je obezbeđenje priliva novog kapitala, što dugoročno posmatrano doprinosi većoj konkurentnosti kompanija. Primena visokih standarda društveno odgovornog polovanja smanjuje rizike vezane za ulaganja u kompaniju; 5) kompanije koje poštuju društvenu odgovornost više doprinose privredi zemlje sedišta i široj društvenoj zajednici. Takve kompanije baziraju svoje poslovanje na zdravim osnovama i u mogućnosti su da obezbede veću dobit akcionarima, zaposlenima i spoljnim interesnim grupama.

Društveno odgovorno poslovanje doprinosi boljoj reputaciji kompanije, koja je postala ključni element goodwilla. Takve kompanije stiču poverenje javnosti, što može dovesti do većeg poverenja u kompaniju i njene proizvode i usluge i svakako povećanju profitabilnosti poslovanja.

5. PITANJE PRAVNE PRIRODE POJMA DRUŠTVENE ODGOVORNOSTI KOMPANIJA

Prema shvatanjima nekih teoretičara, društveno odgovorna kompanija je ona, koja poštuje važeće pravo ne samo zemlje sedišta uprave, već mesta gde obavlja delatnost kao i pravno zasnovane zahteve državnih organa.

Liberalni model, smatra da je pravno odgovorna ona kompanija koja poštuje legitiman nacionalni pravni poredak, uključujući i standarde ljudskih prava u zemlji obavljanja delatnosti (bez obzira na više standarde ljudskih prava u zemlji sedišta kompanije). Smatra se da je obaveza postupanja kompanije po

višim standardima ljudskih prava moralna, a ne i pravno obavezujuća. „Lokalno zakonodavstvo određuje otuda donji prag, minimum obaveza kompanije, a njihov realni domet iznad tog praga određen je isključivo moralnim zahtevima.“²¹ Stav ovog modela jeste da je „društvena odgovornost kompanija preventivno moralni zahtev, s tim da ovi „socijalni, tj. neprofitni efekti kompanije postaju značajan kriterijum za ocenjivanje njene uspešnosti.“²²

U praksi se postavlja pitanje prinudne izvršivosti tih pravila. Neki autori s pravom zaključuju da ta pravila mogu biti prinudno izvršiva ako se zasnivaju na opšte prihvaćenim normama i vrednostima, radi se o opštim pravnim standardima, kao „savesnosti i poštenja“, „dobre vere.“ Na taj način sistem društvene odgovornosti se tržišnim i socijalnim pritiscima na jednoj strani, kao i indirektnom zakonskom regulativnom čini posredno i obavezujućim za kompanije. Veliki berzanski skandali krajem prošlog i početkom ovog veka pomerili su još više težište sistema društvene odgovornosti kompanija sa terena dobrovoljnosti na teren obaveznosti. Društvena odgovornost kompanija koja je prvo nastala kao politička deklaracija, nakon toga je poprimala sve više moralne izraze a delom i pravne, prerasla je u značajan pravni institut baziran sve više na zakonskom imperijumu, a sve manje na moralu.

U delu u kome društvena odgovornost kompanija ostaje u zoni dobrovoljnosti, sistemom raznih podsticaja društveno odgovornog poslovanja, kreiranim od strane države ili lokalne zajednice, ova zona se pretvara u zonu obaveznosti, moralna osnova primene prerasta u pravnu osnovu, i bez formalne pravne obaveznosti. Kombinacija obaveznosti i dobrovoljnosti u razvoju i primeni standarda društveno odgovornog poslovanja svakako je preporučljiviji put od monopolskog puta formalne i faktičke obaveznosti takvih standarda.

ZAKLJUČAK

U sferi regulative Republike Srbije, potrebno je kontinuirano praćenje dešavanja u razvijenim tržišnim privredama kao i na domaćem tržištu i s tim usklađivanje domaće regulative a pre svega mekog prava i naročito podsticati praktičnu primenu društveno odgovornog poslovanja.

²¹ S. Taboroši, 50.

²² Ibid.

Primena pravila društveno odgovornog poslovanje značajno doprinosi privredi zemlje nacionalnosti i mesta obavljanja delatnosti kompanije i široj društvenoj zajednici. Takve kompanije Društveno odgovorno poslovanje doprinosi boljoj reputaciji kompanije, a ona povećanju vrednosti kompanije. Takve kompanije postaju prepoznatljive na tržištu, stiču poverenje okruženja i šire i goodwill, što značajno utiče na poslovne rezultate privrednih društava a time i privrednog ambijenta u zemlji u celini.

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN FUNCTION TO IMPROVE AMBIENT OF THE REPUBLIC OF SERBIA

Abstract

The issue of corporate social responsibility has been legitimated for the first time in German Law in 1937. with the adoption of the Law on joint stock companies, that resulted in incorporation of state's interest in share companies. This was the first time that a formal state was nominated as one of the constituents interested in the company's operations. The issue of corporate social responsibility, from the standpoint of theory and institutional later, began to be discussed about with the advent of crisis, stock exchange and the stock market scandals, as one of the segments of corporate governance, when it was admitted that the company still has an impact on the country in various forms operations.

The level to which companies adhere to recognized rules of corporate social responsibility is an increasingly important factor for investment decisions. If countries want to fully take advantage of global capital market and to attract long – term capital, respect of the rules of corporate social responsibility must be credible and it should strive to esteem internationally recognized principles and good practice. In order to remain competitive in a changing world, companies have to bring innovations in its business, practices and adapt it to meet new demands and seize new opportunities. In parallel, the governments of the countries have a great responsibility for shaping an regulatory framework that provides for sufficient flexibility to allow markets to function effectively and respond to the expectation of economic agents.

Although the normative framework of Serbia, is not far behind in the area of corporate social responsibility in modern trends of this regulations in the environment, yet, it is still facing up with undeveloped business and in particular the jurisprudence practice, especially when it comes to responsibilities of the controlling shareholder, management boards, auditors etc.

Keywords: corporate social responsibility, corporate governance, soft regulations, the majority owner of capital, a fiduciary duty to the company, persons are interested in for operations of te company, monitoring, access to information, the responsibility of management.

LITERATURA

Bantekas Ilias, “CSR in International Law”, Boston University Internationa Law Journal 22/2004, 317-326.

Besmer Veronica, „The Legal Character of Private Codes of Conduct: More than Just a Pseudo-Formal Gloss on Corporate Social Responsibility“, Hasting Business Law Journal 2/2006, 290-292.

Corbett Angus , „Corporate Social Responsibility – Do We Have Good Cause to be Sceptical About it“, Griffith Law Review 17: 1/2008, 418-419.

Cheffins R. Brian, Company Law – Theory, Structure and Operation, Oxford 2004, 47-125; J. Hamers, K. Schwarz, B. Steins Bisschop, 300.

COM (2001), 366 final, GREEN PAPER: Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility (CSR).

COM (2002), 347 final: Communication from the Commision concerning CSR: A business contribution to sustainable development.

COM (2006), 136 final: Communication from the Commision concerning CSR: Implementing the Partnership for Growth and Jobs: Making Europe a pole of excellence on CSR.

Europe 2020 (2010): A Strategy for Smart, Sustainable and Inclusive Growth

COM (2011), 681 final: A Renewed EU Strategy 2011-14 for Corporate social Responsibility, 6.

COM (2011) 682/2: Social Business Initiative – Creating a Favourable Climate for Social Enterprises, Key Stakeholders in the Social Economy and Innovation.

Davidsson A. Pall, „Legal Enforcement of Corporate Social Responsibility within the EU“, *Columbia Law Journal of European Law* 8/2002, 541-542; 542-551;

Douglas Branson, „Corporate Governance Reform and the 'New' Corporate Social Responsibility“, *University of Pittsburgh Law Review* 62,2000-2001, 611 i 635-636.

<http://www.srbija.gov.rs>.

<http://businessweek.com/.../it-s-official-oracle-closes-on-peoplesof>

<http://www.geek.com/news/oracle-finally-takes-over-peoplesoft-554867/>

ISO 26000, Guidance on Social Responsibility. Vid. www.iso.org.

J. Hamers, K. Schwarz, B. Steins Bisschop, 209, 304, 306.

Hamers Jos, Schwarz Kid, Bas Steins Bisschop, „Corporate Social Responsibility Trends in the Netherlands and Europe,, *Stellenbosch Law Review* 16/2005, 299; Amiram Gill, „Corporate Governance as Social Responsibility: A Research Agenda,, *Berkeley Journal of International Law* 26/2008, 461-465 i 473-474.

Nehme Marina, Koon Claudia Ghee Wee, „Tracing the Historical Development of Corporate Social Responsibility and Corporate Social Reporting“, *James Cook U. L. Rev.* 15/2008, 134-135; 141,

OECD Guidelines for Multinacional Enterprises, ISO 26000 (CSR Guidance) i UN Guiding Principles on Business and Human Rights.

Rodić Ivana, „Strategija Evropske unije za društveno odgovorno poslovanje“, *PiP7-9/2012*, 619; 623-625;

Službeni glasnik RS, br. 57/2008; 30/2011

Srpski Kodeks korporativnog upravljanja – SKKU, Službeni glasnik RS, br. 99/2012:

Tabaroši Svetislav , *Društvena odgovornost kompanija*, Beograd

Savković Vladimir , „Društvena odgovornost kompanija – od moralne do pravne obaveze“, *PŽ* 12/2009, 430, 432,

McInerney F. Thomas, „Putting Regulation Before Responsibility: Towards Binding Norms of Corporate Social Responsibility“, *Cornell International Law Journal* 40/2007, 183-184.

Vives A., „Corporate Social Responsibility: The Role of Law and Markets and the Case of Developing Countries,, 217-221.

Zakon o privrednim društvima, Službeni glasnik RS, br. 125/2004, čl.31-35. Slično i Zakon o privrednim društvima – ZOPD, Službeni glasnik RS, br. 36/2011, čl. 61-63.