

PREDUZETNIŠTVO U OSIGURANJU: ZNAČAJ I PRAVNI PRINCIPI DRUŠTVENO ODGOVORNOG POSLOVANJA OSIGURAVAČA

Apstrakt

Preduzetništvo podrazumeva iskorišćavanje tržišnih mogućnosti na osnovu ideja i inovacija. Cilj preduzetništva u osiguravajućim društvima jeste podsticanje inovacija, rađanje novih poslova, uvećanje profitabilnosti uz istovremenu brigu prema društvu. Društveno odgovorno poslovanje podrazumeva da osiguravajuća društva, sledeći premise korporativnog preduzetništva, u svoje poslovanje integrišu brigu o okruženju u kojem posluju. Cilj rada je da ukaže na osnovne karakteristike društvene odgovornosti u osiguranju u preduzetničkom kontekstu. U radu ukazujemo na određenje društvene odgovornosti u osiguranju, na istorijski kontekst i značaj društvene odgovornosti kao i najnovije pravne principe društvene odgovornosti osiguravajućih društava na međunarodnom nivou.

***Ključne reči:** preduzetništvo, osiguranje, pravni principi, društvena odgovornost.*

1. Uvod

Pojam preduzetništva uobičajeno se povezuje sa osnivanjem novih poduhvata. U osiguranju takav oblik tzv. eksternog preduzetništva vezan je sa osnivanjem osiguravajućih društava i u velikoj meri uslovljen obimom kapitala, s obzirom na karakter delatnosti osiguranja. Za osiguravajuća društva koja već postoje takođe je neophodna primena preduzetničkog koncepta ukoliko žele da rastu i da se razvijaju. Taj oblik preduzetništva naziva se internim ili korporativnim preduzetništvom.

Korporativno preduzetništvo se definiše kao preduzetništvo koje uključuje formalne ili neformalne aktivnosti čiji je cilj kreiranje novih poslova unutar uspostavljenih kompanija kroz proizvodne i

¹ Fakultet za pravne i poslovne studije dr Lazar Vrkić, Novi Sad, e-mail: vnjegomir@eunet.rs.

² Pravni fakultet Univerziteta „Džon Nezbitt“ Beograd i advokat u Beogradu, e-mail: petroviczdravko@ikomline.net.

procesne inovacije i tržišni razvoj.³ Suština preduzetništva, uključujući i korporativno preduzetništvo, su inovacije⁴ koje omogućavaju stvaranje vrednosti⁵ i održivi rast kompanija⁶. Istaknuti stručnjak iz oblasti menadžmenta Isak Adižes naglašava značaj postojanja preduzetničkog duha i u osnovanim kompanijama. Naime, Isak Adižes je razvio ideju o značaju preduzetničkog pristupa u svim fazama životnog ciklusa kompanije pri čemu četiri menadžerske uloge, proizvođenje rezultata, administriranje, preduzetništvo i integrisanje, treba da odgovore na ključna pitanja: šta, kako, kada i ko, vodeći uvek računa o pitanju zašto.⁷

Korporativno preduzetništvo u okviru postojećih kompanija obuhvata tri fenomena koji mogu ali ne moraju biti međusobno povezani⁸: 1) rađanje novih poslova u okviru postojeće firme, 2) transformacije postojećih firmi kroz obnovu ili preoblikovanje ključnih ideja na kojima se zasniva poslovanja i 3) inovacije. Konačno, korporativno preduzetništvo omogućava osiguravajućim društvima kontinuirane inovacije i primenu preduzetničkog koncepta koji podrazumeva zadovoljavanje zahteva klijenata.

Jedan od pristupa obezbeđenju preduzetničkog koncepta u poslovanju osiguravajućih društava jeste i kontinuirano ostvarivanje brige o okruženju u kojem posluju, odnosno ispunjenja društveno odgovorne uloge. Korporativno preduzetništvo doprinosi unapređenju društveno odgovornog poslovanja preko inovativnih pristupa a imajući u vidu da društvena odgovornost povratno pozitivno utiče na održivost i poslovnu uspešnost. Upravo taj smisao i značaj korporativnog preduzetništva i naglašavanje značaja društvene odgovornosti u preduzetničkom kontekstu imali smo prilikom konceptualizacije cilja rada. Cilj rada je da ukaže na osnovne karakteristike društvene odgovornosti u osiguranju u preduzetničkom kontekstu.

U nastavku rada ukazujemo na određenje društvene odgovornosti u osiguranju, na istorijski kontekst i značaj društvene odgovornosti

³ S. Zahra, D. Neubaum, M. Huse, „Entrepreneurship in Medium-Size Companies: Exploring the Effects of Ownership and Governance Systems“, *Journal of Management*, Vol. 26, 5/2000, 947-966.

⁴ P.F. Drucker, *Innovation and entrepreneurship: Practice and Principles*, Harper & Row, New York 1985.

⁵ P.N. Khandwalla, „Generators of Pioneering-Innovative Management: Some Indian Evidence“, *Organization Studies*, vol. 8, 1/1987, 39-59.

⁶ S. Ray, K. Ramachandran, „A Framework for Developing a Comprehensive Theory of Entrepreneurship“, *Journal of Entrepreneurship*, Vol. 5, 1/1996, 1-22.

⁷ I. Adižes, *Adižesov bukvar za preduzetnike: priča o pet preduzeća*, Privredni pregled i Adižes Southeast Europe, Novi Sad 2002.

⁸ P. Sharma, J.J. Chrisman, „Towards reconciliation of the Definitional Issues in the Field of Corporate Entrepreneurship“, *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 24, 1/1999, 11- 27.

kao i najnovije pravne principe društvene odgovornosti osiguravajućih društava na međunarodnom nivou.

2. Određenje društvene odgovornosti u osiguranju

U novije vreme nastalo je dosta teorijskih i empirijskih radova o korporativnog društvenoj odgovornosti, uključujući i radove koji se odnose na ovu problematiku u Srbiji.⁹ Pregledom dosadašnjih teorijskih i empirijskih istraživanja nedvosmisleno se dolazi do zaključka o značajnim pozitivnim implikacijama, od marketinških napora do finansijskih aspekata poslovanja za kompanije koje poštuju osnovne postulate društveno odgovornog poslovanja. Međutim, analizom inostrane a posebno domaće literature dolazimo do nedvosmislenog zaključka o nedovoljnoj zastupljenosti analize primene korporativne društvene odgovornosti na stratezijskom nivou i u preduzetničkom kontekstu u poslovanju osiguravajućih društava a u domaćim okvirima i bilo kakve veze poslovanja osiguravajućih društava i njihovog društveno odgovornog poslovanja.

Postoje različita definisanja društveno odgovornog poslovanja. U SAD se društveno odgovorno poslovanje povezuje sa filantropskim odnosom prema zajednici izdvajanjem dela profita u dobrotvorne svrhe dok se u Evropi više naglašava poslovanje na društveno odgovoran način. Prema određenju Evropske komisije¹⁰, društveno odgovorno poslovanje je koncept u okviru koga kompanije na dobrovoljnoj osnovi u svoje poslovanje i interakciju sa svim zainteresovanim subjektima (stejholderima) integrišu društvene i izazove vezane za prirodnu okolinu. Prema određenju Svetskog veća za održivi razvoj¹¹ korporativna društvena odgovornost predstavlja kontinuiranu posvećenost kompanije etičkom ponašanju i doprinošenju ekonomskog razvoja uz istovremeno unapređenje kvaliteta života zaposlenih i njihovih porodica kao i lokalne zajednice i društva u celini.

⁹ Na primer: A.B. Carroll, „A three-dimensional conceptual model of corporate performance“, *Academy of Management Review*, Vol. 4, 4/1979, 497-505.; R. Holme, P. Watts, „Corporate Social Responsibility: Making good business sense“, World Business Council for Sustainable Development, Geneva, January, 2000.; K.M. Krall, „Good Deeds Deliver: Socially responsible investing reaps ethical and financial rewards“, *Industry Week*, January 15, 2001.; C. Bešić, D. Đorđević, „Korporativna društvena odgovornost u funkciji kreiranja poslovne izvrsnosti organizacije“, *Zbornik radova sa YUINFO 2009 15. konferencije o informacionim i komunikacionim tehnologijama*, 2009.; Lj. Kontić, J. Kontić, „Uključivanje korporativne društvene odgovornosti u strategiju banke“, *Bankarstvo*, 3-4/2010, 52-71.

¹⁰ Commission of the European Communities, *Promoting a European framework for Corporate Social Responsibility, Green Paper*, Brussels, 18.7.2001

¹¹ R. Holme, P. Watts.

U naučnim istraživanjima najveći doprinos dao je Kerol¹² koji je još 1979. godine definisao društveno odgovorno ponašanje preko četiri grupe odgovornosti: ekonomske odgovornosti, pravne odgovornosti, etičke i diskrecione odgovornosti. U kasnijem radu Kerol¹³ ukazuje na piramidalni model korporativne društvene odgovornosti pri čemu kompanije svoje odgovornosti treba da ispune sledećim redosledom: 1) ekonomske odgovornosti (Proizvodnja i/ili prodaja roba i usluga sa ciljem ostvarenja profita.), 2) pravne odgovornosti (Usklađenost poslovanja sa pravnim normama.), 3) etičke odgovornosti (Usklađenost poslovanja sa zahtevima društva u kojima posluju a koji nisu određeni pravnim normama. Reč je o poštovanju moralnih prava svih zainteresovanih, odnosno standardima, normama ili očekivanjima koja odražavaju brigu kompanija o tome šta potrošači, zaposleni, akcinori i zajednica u kojoj kompanija posluje smatraju pravičnim.) i 4) filantropske odgovornosti (Korporativne aktivnosti koje predstavljaju odgovor na očekivanja društvene zajednice u odnosu na kompanije kao dobre korporativne građane. Reč je o aktivnostima učestvovanja i/ili finansiranja aktivnosti koje promovišu društveno blagostanje kao što su sponorstva u oblasti obrazovanja, zdravstva, kulture, umetnosti i sporta.

U preglednom istraživanju¹⁴ na uzorku od 23 zemlje na 6 kontinenata i ukupno 25000 ispitanika, utvrđeno je da javnost preferira korporativnu društvenu odgovornost u odnosu na sve druge pokazatelje a veliki broj, od 67% u Severnoj Americi do 31% u Istočnoj Evropi, Latinskoj Americi i centralnoj Aziji, bi odustao ili razmišljao o odustajanju od kupovine proizvoda ili usluge kompanije koju percipiraju kao društveno neodgovornu. Istraživanja pokazuju da su kompanije koje ostvaruju zaštitu širih društvenih interesa finansijski uspešnije. Naime, istraživanje objavljeno u časopisu *Industry Week*¹⁵ 2001. godine ukazuje da se oko polovine uspeha natprosečno uspešnih kompanija ostvari zahvaljujući društveno odgovornom poslovanju.

3. Društvena odgovornost u istorijskom kontekstu

Osnovni cilj osnivanja i poslovanja osiguravajućih društava ali i drugih subjekata privređivanja oduvek je bio, jeste i biće maksimizacija profita. U savremenim uslovima poslovanja, zahvaljujući visokom

¹² A. B. Carroll (1979), 497-505.

¹³ A. B. Carroll, „The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders“, *Business Horizons*, Vol. 34, 4/1991, 39-48.

¹⁴ Environics International Ltd. in cooperation with The Prince of Wales Business Leaders Forum and The Conference Board, *The Millennium Poll on Corporate Social Responsibility*, Toronto, September 1999.

¹⁵ K.M. Krall.

standardu stanovništva u prvenstveno razvijenim zemljama, sve više se razvija svest o odgovornosti u poslovanju. Poznati menadžment guru Piter Draker naglašava neophodnost postojanja odgovornosti organizacija za njen doprinos i ponašanje.¹⁶

Odgovorno poslovanje kompanija prema društvu u kome posluju pojavljuje se u antičkom periodu sa prvim oblicima donatorstva, finansiranja igara za zajednicu i sl. pri čemu je posebno interesantno ukazati na poznatog rimskog političara i diplomatu Gaja Kilnija Mecenu čije je ime kroz istoriju postalo sinonim za bogate i velikodušne finansijere umetnosti. Odgovorno poslovanje prisutno je i kasnije, u srednjem veku preko udruženja trgovaca i regulisanja dobrih poslovnih običaja do XIX veka kada se pojavljuju prve fondacije velikih, industrijalizovanih kompanija. Tokom dvadesetog veka dolazi do ubrzanijeg razvoja društveno odgovornog poslovanja a početkom dvadeset i prvog veka ovakav pristup poslovanju postaje imperativ.

Prema zagovornicima teze o slobodnom tržištu i protivnicima Kejnzijanske neophodnosti državnog intervencionizma osnovna društvena odgovornost privrede jeste ostvarivanje profita bazirano na efikasnom upošljavanju ograničenih resursa i zadovoljavanju određenih potreba stanovništva. Iako su ovakvi i slični stavovi dominirali u zemljama sa dominantnom privatnom svojinom i uspostavljenim kapitalističkim društvenim odnosima, počev od šesdesetih godina dvadesetog veka, kada se prvi put spominje konzumerizam, sa razvojem potrošačkog društva jača težnja da se zaštite interesi potrošača zbog čega se kao cilj poslovanja javlja potreba zadovoljenja zahteva potrošača, koja se postepeno transformiše u nastojanja prevazilaženja njihovih zahteva. U poslednjoj dekadi prošlog veka sva više se naglašava potreba zadovoljenja ne samo interesa vlasnika kapitala u vidu profita i potrošača u vidu prevazilaženja njihovih zahteva već i potreba zadovoljenja širih društvenih interesa. U cilju zaštite poslovne reputacije i izgradnje imidža kompanije iz različitih delatnosti nastoje da svojim poslovanjem u potpunosti udovolje zahtevima zaštite širih društvenih interesa.

Zaštita širih društvenih interesa podrazumeva brigu organizacija za životnu sredinu, potrošače, konkurenata, poslovnih partnera, zaposlenih i širu društvenu zajednicu putem korporativne filantropije, odnosno davanja za sportske, kulturne, umetničke i humanitarne aktivnosti. Posebno značajna a dugo vremena odsutna u praksama subjekata privređivanja jeste zaštita životne sredine. Za razliku od aktivnosti korporativnog i individualnog (vlasničkog) filantropstva, odgovarajućeg odnosa prema potrošačima u cilju zaštite njihovih interesa (počev od šesdesetih godina

¹⁶ P. Draker, *Postkapitalističko društvo*, Grmeč - Privredni pregled, Beograd 1995, 110.

i uspostavljenim formalnim zahtevanjem zaštite Rezolucijom 39/248 Ujedinjenih nacija usvojenom 16. aprila 1985. godine), aktivnosti usmerene u pravcu zaštite životne sredine, uprkos održanoj prvoj konferenciji Ujedinjenih nacija o životnoj sredini davne 1972. godine, su sve do devedesetih godina dvadesetog veka bile zanemarivane.

Drugom konferencijom Ujedinjenih nacija o životnoj sredini i razvoju prihvaćen je koncept održivog razvoja a 1997. godine potpisan je čuveni sporazum u Kjotu, u Japanu, kojim su se zemlje potpisnice obavezale na smanjenje emisije gasova koji izazivaju efekte staklene bašte. Konačno, Međunarodna organizacija za standardizaciju je 1996. godine prvi put publikovala međunarodni standard ISO 14001 koji se odnosi na upravljanje životnom sredinom. Trenutno važeći je standard ISO 14001:2004 čije su koristi od implementacije: redukcija troškova upravljanja otpadom, uštede u potrošnji energije i materijala, smanjenje troškova distribucije i unapređenje korporativnog imidža među regulatorima, klijentima i širom javnošću. Takve tendencije prisutne su i u sektoru osiguranja a zahvaljujući globalizaciju u svim zemljama, uključujući i naše prostore.

U uslovima socijalističkog društvenog uređenja u kojima su poslovanje ostvarivali i domaći subjekti privređivanja uključujući i osiguravajuća društva, sa svim specifičnostima samoupravnog sistema i udruživanja rada i sredstava za rad, nastojanje da društva svojim poslovanjem ostvaruju i šire društvene ciljeve gotovo da su stavljana ispred ciljeva o ostvarenju profita, kao osnovnog cilja osnivanja i poslovanja. U tranzicionom periodu svedoci smo bili potpunog zanemarivanja društvenih ciljeva poslovanja i isključivog orijentisanja na profit. Međutim, ulaskom u postranzicioni period, posebno sa ulaskom stranog kapitala, postepeno se ponovno uspostavlja neophodnost društveno odgovornog poslovanja koje u novije vreme postaje i imperativ uspešnog poslovanja. Društveno odgovorno poslovanje u savremenim uslovima podrazumeva obavezu menadžmenta da osim ostvarenja profita kao osnovnog cilja poslovanja preduzima i aktivnosti koje će omogućiti unapređenje dobrobiti celokupnog društva u kome njihove organizacije posluju a indirektno i samih organizacija.

4. Značaj društvene odgovornosti za osiguravajuća društva

Osiguravajuća društva su zbog specifičnosti svoga poslovanja, zaštite od rizika koji ugrožavaju čoveka, privredu i čitavo društvo od rušilačkog dejstva prirodnih sila i čovekovim delovanjem uzrokovanih nesrećnih slučajeva, neminovno upućena na održavanje visokih standarda u pogledu ispunjenja uslova korporativne društvene odgovornosti.

Pružanje usluga osiguravajućih pokrića za starost, osiguranja za posledice nesrećnog slučaja i razvoj mikroosiguranja¹⁷ tipični su primeri povezivanja osnovne delatnosti i sopstvenih interesa sa interesima društvene zajednice, odnosno sa brigom o ljudima i društvenoj zajednici. S obzirom da su prva izložena negativnom dejstvu klimatskih promena u pogledu povećanja verovatnoće ostvarenja i intenziteta štetnih posledica, osiguravajuća i reosiguravajuća društva su prva i upozoravala na opasnosti koje globalno zagrevanje uzrokuje ali i na druge opasnosti.

Osiguravajuća kao i reosiguravajuća društva nastoje da posluju odgovorno i da doprinose održivom razvoju kroz dugoročno održivo kreiranje vrednosti, brigom o osiguranicima kroz finansiranje preventivnih mera, primenu etičkih principa, obezbeđenje solventnosti i pravično i promptno rešavanje odštetnih zahteva, brigom o zaposlenima kroz kontinuiranu obuku i pravične uslove zapošljavanja i napredovanja te brige o lokalnoj i široj društvenoj zajednici, kroz projekte finansiranja aktivnosti kao što su obrazovanje, zdravstvo, kultura, umetnost i sport.

Dugoročnost poslovanja je osnovna karakteristika poslovanja društava za osiguranje koja sa ciljem dugoročnog opstanka i kontinuirane uspešnosti poslovanja moraju imati dugoročna gledišta na odnose sa svim ključnim stejkohderima uključujući osiguranike, zaposlene, poslovne partnere, regulatorne organe i širu javnost. Dugoročni odnosi poverenja kao osnova dugoročne održivosti i uspešnosti poslovanja mogu biti izgrađeni samo ukoliko su društva za osiguranje sposobna da visoku profitabilnost ostvruju ne narušavajući životnu sredinu već upravo suprotno, zaštitom i unapređenjem životne sredine kao i opšteg društvenog blagostanja. Osiguravajuća i reosiguravajuća društva su u najboljoj poziciji da u potpunosti ispune sve aspekte koncepta korporativne društvene odgovornosti imajući u vidu da ona direktno zapošljavaju velik broj ljudi koji su ključni za njen razvoj, učestvuju u podsticanju privrednog razvoja kao značajni institucionalni investitori na finansijskim tržištima čime se indirektno utiče i na povećanje društvenog bogatstva i ljudskog blagostanja a svojim investicijama u održive izvore energije kao i pružanjem usluga osiguravajućeg pokrića za obnovljive izvore energije.

Osiguravajuća i reosiguravajuća društva u cilju zaštite sopstvenog imidža na tržištu i minimiziranja izloženosti riziku gubitka reputacije nastoje da minimiziraju i potpuno izbegavaju neetične i društveno neodgovorne aktivnosti. U cilju podrške individualnim naporima privrednih subjekata, uključujući i osiguravajuća društva, na međunarodnom nivou su usvojeni principi čije poštovanje i promovisanje suštinski predstavlja društveno odgovorno poslovanje za osiguravajuća društva.

¹⁷ V. Njegomir, „Mikroosiguranje“, *Industrija*, Vol. 39, 3/2011, 295-314.

5. Globalni dogovor i principi odgovornog investiranja

Prvi međunarodni sporazum jest tzv. Globalni dogovor Ujedinjenih nacija, odnosno deset principa društveno odgovornog poslovanja koje ovaj dogovor podrazumeva. Globalni dogovor je najmasovnije dobrovoljno udruženje predstavnika kompanija, akademskih institucija, civilnog društva, gradova i sindikata posvećenih usaglašavanju svojih poslovnih aktivnosti sa deset univerzalnih principa društveno odgovornog poslovanja iz oblasti ljudskih prava, radnih prava, zaštite životne okoline i borbe protiv korupcije. Iako se u potpunosti bazira na dobrovoljnosti, ovaj sporazum trenutno uključuje oko 10000 kompanija iz 130 zemalja sveta, uključujući vodeća osiguravajuća i reosiguravajuća društva u svetu.

Počev od 6. decembra 2007. godine kada je prvi put promovisana inicijativa Ujedinjenih nacija o društveno odgovornom poslovanju u Srbiji naša zemlja je priključena ovom najmasovnijem dobrovoljnom udruženju kompanija u svetu. Kompanije potpisnice i učesnice globalnog dogovora nisu u obavezi da primenjuju principe već se od njih očekuje da prihvate, promovišu i primene principe koji uključuju: zaštitu međunarodno zagwarantovanih ljudskih prava, slobodno udruživanje i pravo na kolektivne ugovore, eliminaciju prinudnog rada, zabranu dečijeg rada i diskriminacije u vezi sa zapošljavanjem i zanimanjem, treba da preduzimaju mere predostrožnosti u vezi sa životnom sredinom, da promovišu odgovornost prema životnoj sredini i podstiču razvoj i primenu tehnologija koje čuvaju životnu sredinu i učestvuju u borbi protiv korupcije u svakom smislu. Mehanizmi putem kojih se nastoje ostvariti postavljeni ciljevi uključuju dijaloge o javnim politikama, obuke, lokalne mreže i partnerske projekte.

Tokom 2006. godine uspostavljeni su principi odgovornog investiranja, takođe pod pokroviteljstvom Ujedinjenih nacija. Uspostavljanje ovih principa bazira se na premisi da pitanja prirodnog okruženja, društvene zajednice i korporativnog upravljanja mogu značajno uticati na performanse investicionih portfelja. Osnovni je zahtev da se primenom ovih principa na bolji način usaglase interesi investitora sa interesima šire društvene zajednice. Principi odgovornog investiranja obuhvataju posvećenost institucionalnih investitora sledećem: 1) uključivanje aspekata odgovornosti prema okruženju, društvene odgovornosti i korporativnog upravljanja (ODK) u investicionu analizu i proces odlučivanja, 2) aktivno primenjivanje aspekata ODK u politike i poslovne prakse, 3) adekvatno obelodanjivanje informacija o pitanjima ODK od strane subjekata u koje investiraju institucionalni investitori potpisnici principa, 4) promovisanje prihvatanja i implementacije Principa u okviru investicionog sektora, 5) međusobna saradnja u cilju unapređenja efektivnosti implementiranja

Principa i 6) obelodanjivanje informacija o sopstvenim aktivnostima i napredovanju prema implementaciji Principa.

Članstvo nije ograničeno na postojeće članove već potpisnik ovih principa može postati svaka institucija povezana sa institucionalnim investiranjem koja prihvati ove principe koji se odnose na uzimanje u obzir pitanja prirodnog okruženja, društvena i pitanja korporativnog upravljanja i njihovog razmatranja prilikom donošenja investicionih odluka. Takođe, iako je u početku plaćanje članarine bilo na dobrovoljnoj osnovi od 2011. godine uvedena je obaveznost, tako da je neophodno i da svaki član plaća godišnju članarinu u rasponu od 330 do 6600 funti, koja varira u zavisnosti od broja zaposlenih i veličine imovine kojom se upravljanja. Članstvom u podržavanju principa odgovornog investiranja kompanije mogu da javno izraze osetljivost na pitanja odnosa odgovornog ponašanja prema svim stejkholderima i da nedvosmisleno potvrde poštovanje odnosa prema okruženju, društvu i korporativnom upravljanju u donošenju investicionih odluka. Time se nesumnjivo može unaprediti reputacija osiguravajućih društava kao institucionalnih investitora u društvu. Prihvatanje principa nije nužni preduslov za društveno odgovorno ponašanje osiguravajućih društava u Srbiji, imajući u vidu da još ni jedna institucija povezana sa institucionalnim investiranjem iz Srbije nije postala potpisnica principa odgovornost investiranja. Svakako navedeno ne ograničava osiguravajuća društva da u svojim investicijama budu društveno odgovorna, kao što je i primer zajedničkog investiranja Dunav osiguranja sa Elektroprivredom Srbije u izgradnju 50 mini hidroelektrana.

6. Principi održivog osiguranja

Iako su prethodno spomenuta dva međunarodna sporazuma neosporno izuzetno značajna za osiguravajuća društva, s obzirom da se odnose na njihove ukupne aktivnosti u pogledu zaštite ljudskih prava, radnih prava, životne okoline i borbe protiv korupcije i posebno investicione aktivnosti, principe održivog osiguranja smatramo ključnim imajući u vidu da se eksplicitno odnose na delatnost osiguranja. Principi održivog osiguranja nastali su kao rezultat inicijative pokrenute 2006. godine od strane osiguravajućih društava i podržane od strane programa Ujedinjenih nacija za zaštitu životne sredine (UNEP). Osnovna misija tada formirane Komisije osiguranja jeste promovisanje prihvatanja održivog osiguranja, odnosno strateškog pristupa osiguranju koji uključuje sistematsku identifikaciju, analizu, upravljanje i monitornih materijalnim pitanjima izloženosti izazovima životne sredine, društvene zajednice i korporativnog upravljanja u sektoru osiguranja. Nastanak Principa predstavljao je izraz potrebe sektora osiguranja u svetu da

pruži reporni doprinos i iskaže dugoročnu posvećenost izgradnji održive globalne ekonomije na osnovu redukcije rizika, stimulacije inovacija, unapređenja poslovnih performansi i unapređenja društvene, ekonomske i održivosti životne sredine.

Razvoj principa tekao je kroz razmenu mišljenja preko 500 predstavnika osiguravajućih društava, vlada država, regulatora, međuvladinih i nevladinih organizacija, sektorskih udruženja i nauke putem konsultativnih sastanaka koji su se održavali u 7 različitim regiona u svetu i to u Africi, Latinskoj Americi i Karibima, Severnoj Americi, Okeaniji, Srednjem Istoku i Severnoj Africi, Evropi i Aziji. Principi su formalno objavljeni i usvojeni na konferenciji Ujedinjenih nacija održanoj u Rio de Ženeiru, u Brazilu, između 20. i 22. juna 2012. godine. Ovim Principima stvoren je globalni okvir za upravljanje rizicima i mogućnostima životnog okruženja i korporativnog upravljanja povezanih sa poslovima osiguranja, reosiguranja i investiranja osiguravajućih i reosiguravajućih društava.

Principi održivog osiguranja koji treba da prožimaju sve poslovne aktivnosti osiguravača i reosiguravača, od upravljanja rizikom, prihvata rizika u osiguravajuće pokriće, razvoja usluga osiguravajućeg pokrića, upravljanja odštetnim zahtevima, prodaje i marketing i investicionog menadžmenta, uključuju sledeće izjave posvećenosti osiguravača i reosiguravača: 1) uključivanje pitanja odgovornosti prema okruženju, društvene odgovornosti i korporativnog upravljanja (ODK) koja su relevantna za poslove osiguranja u procese odlučivanja, 2) kooperacija sa klijentima i poslovnim partnerima sa ciljem povećanja svesnosti o izazovima ODK, upravljanju rizikom i razvoju rešenja, 3) kooperacija sa vladama, regulatornim organima i drugim ključnim zainteresovanim subjektima (stejkholderima) kako bi se promovisalo rasprostranjeno delovanje na nivou čitavog društva u pogledu ODK pitanja, 4) iskazivanje odgovornosti i transparentnosti u redovnom javnom obelodanjivanju informacija o sopstvenom napretku u pogledu implementacije Principa. Za svaki od navedena četiri principa održivog osiguranja predložene su aktivnosti kao i oblasti u kojima će se te aktivnosti sprovoditi.

Svako društvo za osiguranje, društvo koje se bavi poslovima posredovanja ili zastupanja u osiguranju ili pružanjem drugih usluga u osiguranju kao i druge kompanije kao i udruženja, može postati potpisnik ili institucija podržavalac ovih Principa. Neophodno je postojanje saglasnosti najvišeg nivoa upravljanja o privatanju Principa kao i prihvatanju obaveza u pogledu učešća u godišnjem procesu javnog obelodanjivanja informacija i plaćanja godišnje članarine, u rasponu od 2000 do 16500 Švajcarskih franaka, koja varira u zavisnosti od veličine ukupno fakturisane godišnje premije, za društva za osiguranje, odnosno

od veličine ostvarenih godišnjih prihoda, za ostale zainteresovane institucije. Primena Principa je u potpunosti dobrovoljna i neobavezujuća i za kompanije potpisnice. Imajući to u vidu njihova primena nije i ne može biti osnova za pravne ili regulatorne sankcije u slučaju njihovog nepoštovanja od strane Ujedinjenih nacija, kompanija potpisnica ili bilo koje treće strane.

U osnovi koncepta održivog razvoja jeste priznavanje postojanja društvenih troškova koji nisu ugrađeni u cenu proizvoda ili usluga zbog čega kompanije nastoje da unapređuju svoja znanja i daju doprinos očuvanju životne sredine, društvenom razvoju i odgovornom korporativnom upravljanju, što je zajedničko i osiguravajućim društvima. Osiguravajuća društva koja nastoje da posluju odgovorno, odnosno da podržavaju Principe održivog osiguranja se izdvajaju s obzirom da su efekti primene znatno šireg dejstva od samog sektora osiguranja a imajući u vidu brojnost i širinu namena usluga osiguravajućeg pokrića. Nadamo se da će i osiguravajuća društva u Srbiji nastojati da usvoje i primenjuju Principe usvojene na međunarodnom planu i da ćemo u budućem periodu biti svedoci većeg broja aktivnosti sličnih onima koje već sprovede neka osiguravajuća društva uključujući kompaniju Dunav osiguranje („Dunav svici“ – unapređenje bezbednosti dece u saobraćaju, podrška kulturno umetničkim dešavanjima - Sabor trubača u Guči, muzički festival u Vrnjačkoj Banji i sl., Olimpijski tim Srbije, solarna energija i sl.), Uniqa osiguranje (projekat „Putujmo u Evropu“, podržavanje UNICEF projekta „Škola bez nasilja“, Exit festival i sl.), Delta Generali osiguranje (donacije sportskih događaja i sl.), DDOR Novi Sad (Navak – bezbednost u saobraćaju i sl.), Wiener Stadtische osiguranje („Wiener volonterski dan“, „Sportski čas - Ispravi se“ i sl.) itd.

7. Zaključak

Postoje različita definisanja društveno odgovornog poslovanja u SAD i u Evropi. U naučnom smislu najveći doprinos dao je Kerol koji razlikuje četiri grupe odgovornosti: ekonomske odgovornosti, pravne odgovornosti, etičke i filantropske odgovornosti. Istraživanja pokazuju da su kompanije koje ostvaruju zaštitu širih društvenih interesa finansijski uspešnije.

Društveno odgovorno poslovanje postoji kroz gotovo čitavu istoriju, a posebno od stare Grčke i Rima. U današnje vreme društvena odgovornost predstavlja imperativ za sve poslovne subjekte, uključujući osiguravajuća društva.

Osiguravajuća i reosiguravajuća društva su u najboljoj poziciji da u potpunosti ispune sve aspekte koncepta korporativne društvene

odgovornosti imajući u vidu da ona direktno zapošljavaju velik broj ljudi koji su ključni za njen razvoj, učestvuju u podsticanju privrednog razvoja kao značajni institucionalni investitori na finansijskim tržištima čime se indirektno utiče i na povećanje društvenog bogatstva i ljudskog blagostanja a svojim investicijama u održive izvore energije kao i pružanjem usluga osiguravajućeg pokrića za obnovljive izvore energije.

Postoje tri grupe principa usaglašenih na međunarodnom nivou: Globalni dogovor, principi o odgovornom investiranju i principi održivog osiguranja. Iako su prva dva značajna za rad osiguravajućih društava, posebno za institucionalno investiranje, najvažniji principi za osiguravajuća društva su principi održivog osiguranja.

Prof. Vladimir Njegomir, PhD

Faculty of Legal and Business Studies „Lazar Vrkatić“, Novi Sad

Prof. Zdravko Petrović, PhD

University „John Neisbitt“; Attorney at Law, Belgrade

ENTREPRENEURSHIP IN INSURANCE: THE IMPORTANCE AND LEGAL PRINCIPLES OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY OF INSURANCE COMPANIES

Summary

Entrepreneurship involves the exploitation of market opportunities that is based on ideas and innovation. The aim of entrepreneurship in insurance companies is to encourage innovation, the creation of new businesses, increase profitability while taking care to society. Corporate social responsibility means that insurance companies, following the premise of corporate entrepreneurship, in its business integrate the care of the environment in which they operate. The aim of the paper is to present the main features of social responsibility in insurance in the entrepreneurial context. In this paper we point to the definition of social responsibility in insurance, to the historical context and the importance of social responsibility as well as the latest law principles of social responsibility of insurance companies at the international level.

Key words: entrepreneurship, insurance, law principles, social responsibility.