

Suvremeno poslovanje u kontekstu vrijednosnih načela Adama Smitha

Maja Martinović*, Zoran Barac**, Valentina Pirić***

Sažetak

U radu je analizirana poveznica između Smithovih načela i odgovornoga vođenja poslovanja suvremenih gospodarstvenika te strateških odrednica suvremenih globalnih poslovnih procesa i modela. Smithova važnost u neiscrpnom je izvoru postavki koje danas predstavljaju konkurentsku prednost i očituju se u konceptima holističkoga upravljanja, društveno odgovornoga poslovanja uključujući okolišne, društvene i upravljačke standarde, etičkim kodeksima te modelima cirkularne ekonomije i ekonomije dijeljenja.

Ključne riječi: Adam Smith; ekonomska teorija; suvremeni potrošači; holističko upravljanje; društvena odgovornost; cirkularna ekonomija; ekonomija dijeljenja; kodeks

Uvod

Osvit 300-te obljetnice rođenja velikoga škotskoga filozofa etike i ekonomista Adama Smitha, u svjetlu aktualnih geopolitičkih, ekonomskih i društvenih previranja i izazova, dobra je prilika za promišljanje o vrijednosti i aktualnosti njegove važne ostavštine, koje se odjeci čuju kroz protekla stoljeća. Smithova je zasluga što je komadić istine koja se »kao kruh naš svagdašnji mora osvajati svaki dan iznova, a u tom su znanost i učenost, kao i u svim ostalim svojim zadacima, samo ogledalo života« (Stark, 1944, 58).¹ Možda više nego ikada prije, vrijeme je da se promišljenije zagledamo u Smithovu ostavštinu kako bismo bolje razu-

* Izv. prof. dr. sc. Maja Martinović, Zagrebačka škola ekonomije i managementa. Adresa: Ulica Filipa Vukasovića 1, 10000 Zagreb, Hrvatska. ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0002-4264-7609>. E-adresa: mmartino@zsem.hr

** Dr. sc. Zoran Barac, Zagrebačka škola ekonomije i managementa. Adresa: Ulica Filipa Vukasovića 1, 10000 Zagreb, Hrvatska. ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0002-4232-5837>. E-adresa: zbarac@zsem.hr

*** Dr. sc. Valentina Pirić, Nova hrvatska banka d.d. Adresa: Varšavska 9, 10000 Zagreb, Hrvatska. ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0003-4799-5570>. E-adresa: valentina.piric1@gmail.com

1 Citate izvorno na engleskom jeziku preveli su na hrvatski jezik autori članka.

mjeli njezinu povezanost sa suvremenim poslovnim kontekstom i njegovim okruženjem. Stoga u ovom radu nastojimo dobiti odgovor na sljedeća istraživačka pitanja: Može li se Smithovo promišljanje dovesti u vezu s odgovornim vodenjem poslovanja suvremenih gospodarstvenika koji vode uspješne sustave koji donose konkurentsku prednost? Na koji se način Smithova vrijednosna načela mogu povezati sa strateškim odrednicama suvremenih globalnih poslovnih procesa i modela?

U prvom poglavlju rada iznosimo ključne značajke Smithove misli, a u drugom obrađujemo njegovo promišljanje o etici poslovanja i karakteristikama etičnoga poduzetnika. Prvi dio trećega poglavlja započinje analizom važnih etički upitnih tema koje danas obilježavaju poslovanje, nakon čega navodimo suvremene pristupe, načela i modele odgovornoga vođenja poslovanja te pojašnjavamo poveznicu s motivacijskom psihologijom. U drugom dijelu istoga poglavlja u kontekstu Smithova učenja prikazujemo suvremenu poslovnu praksu u Hrvatskoj, i to kroz primjenu etičkih kodeksa i mehanizama samoregulacije. Nalaze istraživanja razmatramo u zaključnom dijelu rada.

1. Važnost i trajni izazov Smithove izvorne i sveobuhvatne misli

U stranoj literaturi Smithova se misao prostire u razna područja, a na domaćoj znanstvenoj sceni postoji određeni, iako ne pretjerani broj tekstova o samom Adamu Smithu, njegovu doprinosu ekonomskoj teoriji i praksi, filozofiji i etici. Posebno se razmatra važnost Smithova doprinosa u razvoju ekonomske znanosti te njegov utjecaj na mišljenja i ideje znanstvenikâ koji su djelovali u narednim razdobljima.

Kako se u podlozi mnogih Smithovih teza krije konzervativna nota, pojedini autori (Khalil, 2002) postavljaju i pitanje je li on, kao jedan od glavnih zagovornika liberalne tradicije, zapravo pravovjerni, klasični konzervativac. No, Smith je djelovao u vremenu prije Francuske revolucije, a tadašnje doba ne poznaje termine liberalizma i konzervativizma u današnjem kontekstu pa se njegova “moralna filozofija” u cijelosti ne uklapa u dihotomiju konzervativizam–liberalizam. Naime, Smith se zauzima za to da pojedinac i njegove sposobnosti budu protagonisti vlastite povijesti, a istovremeno navodi argumente u prilog nesposobnosti pojedinaca da svoje djelovanje u potpunosti razumiju. Također, on govori u prilog ideji da pojedince treba disciplinirati i društveno kontrolirati. Pri tom problematizira tri teme: metaforu “nevidljive ruke”, pitanje institucionalnoga dizajna i društvene hijerarhije (Grdešić, 2016, 86).

Smithova “nevidljiva ruka” možda je danas i najslavnija metafora široko korištena u društvenim znanostima, a pod njezinim “mehanizmom” skriveno je opsežno poimanje načina djelovanja sukladno višestrukim ekonomskim i moralnim standardima. Smith iznad svega duboko vjeruje u ideju da djelovanje pojedinaca u vlastitom interesu dovodi do boljšeg ishoda za cjelokupno društvo jer, kako bi zaradili novac, pojedinci se trude proizvoditi dobra i usluge koje su potrebne drugima. Konkurencija među pojedincima dovodi do povoljnijih cijena i do ve-

čega izbora, čime se postiže prirodna regulacija tržišta i sklad “nevidljive ruke” (Smith, 2005, 90–95). Uspjeh pojedinca pretpostavlja njegovu potpunu slobodu pri stvaranju i važnost osobne vjere u sam uspjeh. Iako toga nisu svjesni, nego su kao nekom “nevidljivom rukom” vođeni, uspjehom pojedinaca determiniran je uspjeh države, što doprinosi najpravednijoj distribuciji nacionalnoga bogatstva na razini čitavoga društva (Grebenaar, 2020). Upravo koncept “nevidljive ruke” ima tu konzervativnu dimenziju jer dovodi u pitanje sposobnost aktera da razumiju vlastito djelovanje i postupke.

U konačnici, pitanje institucionalnoga dizajna, čiji je glavni cilj discipliniranje pojedinaca, na određeni način Smitha iz liberala uspješno pretvara u intervencionista. Društvenu hijerarhiju on smatra ne samo korisnom, nego i sasvim prirodnom u svojoj biti (Grdešić, 2016, 86).

Smith je kao idejni začetnik slobodnoga tržišta, na čijim se filozofsko–teološkim postavkama izgrađuje napredna ekonomija, često bio suviše revolucionaran, neshvaćen i pogrešno protumačen. Za razumijevanje dubine i opsega njegovih uvida koristan je vremenski odmak. Tako on i danas potiče na raspravu utječući na okvire djelovanja suvremenih poslovnih subjekata i mijenjajući razine shvaćanja i prihvaćanja važnosti društvene odgovornosti i etičnosti u poslovanju i tržišnom natjecanju.

2. *Smithovo promišljanje o etici i poslovanju*

Smith je iskazivao interes za etičku dimenziju rješavanja ekonomskih problema, a potreba za etičkim promišljanjem i vrednovanjem u ekonomskoj znanosti neophodna je iz sljedećih razloga:

- 1) Sve je veće gospodarsko zaostajanje, dugotrajno osiromašivanje najsiromašnijih zemalja uz rastuće globalne ekonomske nejednakosti, koje bi ozbiljno mogle narušiti mir i stabilnost, a što bi potencijalno rezultiralo globalnom gospodarskom recesijom s višestrukim i dugoročnim posljedicama za cjelokupnu ljudsku populaciju.
- 2) U tradiciji ekonomske znanosti etičko promišljanje duboko je ukorijenjeno.
- 3) Kontinuirano etičko vrednovanje i propitivanje globalne gospodarske realnosti omogućuje sudjelovanje u kreiranju humanijega i pravednijega ljudskoga društva (Babić, 2002, 545).

U svojim djelima Smith temeljito, na različitim razinama, promišlja o etici poslovanja. Slobodno tržište koje onemogućava monopol te time sprječava izrabljivanje radnika i obmanjivanje potrošača u središtu je njegova interesa. On spaja etička i ekonomska načela djelovanja nastojeći objasniti da ona ne moraju biti u suprotnosti te da postoje modeli djelovanja i tržišnoga nastupa koji ih učinkovito objedinjavaju. Najiscrpnije Smithovo promišljanje o etici poslovanja vidljivo je u djelu *The Theory of Moral Sentiments* (“Teorija moralnih osjećaja”), koje je napisano 1759. godine, 17 godina prije kapitalnoga djela *The Wealth of Nations* (“Bogatstvo narodâ”). *The Theory of Moral Sentiments* Smith započinje

riječima: »Ma kakav stupanj egoizma pretpostavljali kod čovjeka, njegovoj je prirodi očito svojstveno da sudjeluje u tom što se događa s drugima« (Smith, 1984, 9). Smith na taj način opisuje simpatiju koja se pretvara u moralni osjećaj i čini moral mogućim. Navodi da, koliko god da je čovjek sebičan, »očito u njegovoj prirodi postoje neka načela koja ga čine zainteresiranim za sreću drugih te koja njihovu sreću čine nužnom za njega, iako od toga ne dobiva ništa osim užitka što ju promatra« (Smith, 1984, 9). Suosjećanje čini osnovu za moralno odobravanje, odnosno neodobravanje vlastitih i tuđih motiva i djelovanja. Takvim razmišljanjem Smith je nastojao utemeljiti moral mimo vjere, radeći to na način koji ne traži izrazito otvorenu društvenu represiju (Grdešić, 2016, 87).

Govoreći o etici, u istom djelu, Smith opisuje karakteristike etičnoga, poštenoga i razboritoga poduzetnika (Reeves West, 2022). Etični je poduzetnik oprezan, pouzdan i skroman. On je voljan preuzeti rizike, sve dok se oni pažljivo razmatraju i promišljaju. Smith piše: »Etični poduzetnik nema tendenciju mijenjati trenutačnu udobnu situaciju i ne ide u potragu za novim pothvatima i avanturama, koje bi mogle ugroziti, ali ne i povećati, siguran mir koji on zapravo uživa. Ako ulazi u bilo kakve nove projekte ili pothvate, oni će vjerojatno biti dobro usklađeni i pripremljeni. Nikada ga se ne može požurivati ni natjerati na njih zbog bilo kakve nužde, ali uvijek ima vremena i slobodnoga vremena da trezveno i hladnokrvno promisli o tom kakve će vjerojatno biti njihove posljedice« (Reeves West, 2022). Smith tvrdi da razboritu, mudru individuu odlikuje: odbojnost prema gubitku, istinska kompetentnost, iskrenost, ljubaznost, marljivost i štedljivost, prijateljski odnos i poduzetnost, ali oprez (Bragues, 2009, 458).

Iako u tumačenju Smithova opusa postoje i proturječja koja ukazuju na dvojbu između "ekonomskoga" i "moralnoga" čovjeka, Smithov "ekonomski čovjek" iz *Bogatstva narodâ* gotovo je identičan "moralnomu čovjeku" iz *Teorije moralnih osjećaja*, te ukazuje na potrebu uravnoteženja tih dvaju načela. Stoga u narednim poglavljima obrazložimo razloge implementacije Smithovih ideja u suvremenom poslovanju i njihov utjecaj u kreiranju novih pristupa i modela koji obuhvaćaju odgovorno vođenje poslovanja, dugoročnu opstojnost i održivost.

3. Smithova etička misao u suvremenoj poslovnoj stvarnosti

3.1. Odgovorno vođenje poslovanja i motivacijska psihologija

Iako je moderna ekonomska znanost dobrim dijelom marginalizirala etiku kao ekonomsku temu, ona je zadobila veliku pozornost nakon eskalacije globalne financijske krize 2008. godine. Tvrdnja da je moral "stvar etike, a ne ekonomije" tim je događajem bila snažno dovedena u pitanje, a Smithove misli "oživjele su" u slici svijeta koji se posljednjih godina rapidno mijenja. Pitanja dugoročnoga opstanka raznih poslovnih entiteta i društva u cjelini su u centru promišljanja. Shvaća se da "prljanje vlastitoga gnijezda" te loše gospodarenje prirodnim resursima i otpadom zahtijevaju pozornost i intenzivniji angažman u edukaciji i kontroli. Društveno važne, a etički upitne teme su i nepoštene poslovne prakse,

proizvodi skloni zastarijevanju ili sa skrivenim rizicima, neadekvatne mjere zaštite privatnosti i sigurnosti podataka, korupcija i podmićivanje, loši standardi rada, neodgovorno poslovanje ili štetno natjecateljsko ponašanje. Čak se i određene metode obavješćivanja pri kojem se prikupljaju podatci o aktivnostima konkurencije smatraju neetičnim i doživljavaju osude javnosti, što utječe na ugled onoga tko to radi, a konačno i na njegov tržišni udio. Postoji duboko razumijevanje o tom da neetične prakse mogu rezultirati rizicima za stabilnost i reputaciju poslovnih subjekata i zajednica te finansijskih sustava. Danas istraživanja pokazuju da društvena odgovornost tvrtki ima bitnu ulogu u povećanju reputacije i imidža te da utječe na zadovoljstvo i odanost klijenata, poznatost marke i njezinu tržišnu vrijednost (Bruce i Owusu–Ansah, 2022). Navedeno je ujedno dokaz Smithovih vizionarskih razmišljanja i ideja u primjeni moralnih načela i implementaciji etičkoga konteksta u ekonomiji i poslovanju.

Smith je naime tvrdio da se akumulacija kapitala treba dogodati unutar moralnoga okvira te da je sam ekonomski rast povezan s moralnošću (Alvey, 1999). Govorio je u prilog razvoju razumnoga načina investiranja kao modernoga primjera institucionalnih promjena koje istovremeno promiču društvene ciljeve zahvaljujući interakciji tržišne konkurencije i širih društvenih normi (Whittaker, 2011, 36). Također, Smithova holistička teorija znanja predstavlja standard kojemu međunarodna poslovna praksa i teorija trebaju težiti u izgradnji međusobnoga povjerenja na rizičnim i multi–strukturnim tržištima današnjice (Buckley, 2014). Prema Smithu, odgovorne poslovne prakse moguće je promovirati kroz razvoj znatno više razine svijesti pri djelovanju velikih korporacija, od kojih se očekuje transparentno i apsolutno pouzdano poslovanje u skladu s moralnim načelima (Brown, 2013, 91–92).

U 21. stoljeću ne postoji pristup koji bi se smatrao dovoljno dobrim osim holističkoga, onoga koji razmatra širu sliku, obuhvaća materijalne i nematerijalne, ekonomske i društvene, finansijske kao i duhovne osnove (Petasis i Kyprianou, 2014, 38). Danas holistički menadžment, kao okvir za donošenje odluka i skup alata za planiranje, ima široku integriranu perspektivu u kojoj pojave i probleme gleda kao cjelinu. Konceptija holističkoga marketinga temelji se na razvoju programa i provedbi aktivnosti pri kojima se prepoznaje širina i međuovisnost, a rezultati se ogledaju u ekonomski održivom, ekološki obnovljivom i društveno prihvatljivom upravljanju. Shvaća se da zaseban pogled na bilo koji izazov u poslovanju teško može biti ispravan način njegova rješavanja jer, gledajući globalno, tržišta i potrošači sve su povezaniiji, sve je veća konkurencija i osjetljivost na brojna pitanja individualnih i poslovnih dionika u procesima razmjene. Može se reći da današnji menadžer, nadahnut Smithom, kreira internu klimu, poslovne i društvene mreže u kojima sve ima utjecaja na sve, a svi čimbenici sustava i događaji jednako su važni za uspjeh i za neuspjeh. Integrativni, holistički okvir naglašava sinergiju i uzajamni utjecaj u kompleksnim interakcijama s okruženjem. Kako se o svemu raspravlja istovremeno, teško se može staviti granica između tvrtke, poduzetnika, vlasnika i građanina (Gonin, 2015, 231). Gonin (2015) je razmatrao Smithov sveobuhvatan pristup, koji je pružio važne spoznaje za razvoj

integrativnih modela koji uključuju relacijsku (odnosi) i normativnu (regulatornu) dimenziju.

Nacionalne regulative i smjernice nizom dokumenata danas usmjeravaju na načela odgovornoga vođenja poslovanja kako bi se maksimizirao pozitivan ekološki, društveno osjetljiv i upravljački (ESG)² utjecaj. Poslovni subjekti usvajaju ESG kriterije koji se bave pitanjima održivoga poslovanja i razboritoga upravljanja, makroekonomskih učinaka povezanih s ekološkim rizicima te odnosom prema dionicima i zajednici. Ekspanzija pitanja održivosti događa se brže od očekivanoga, a brzina promjenjivih očekivanja dionika i tržišta prisiljava korporacije i financijski sektor na prilagodavanje i transformaciju. Svijest se ubrzano mijenja, pa poslovni konzultanti ističu da već oko 40% ulagača uzima u obzir ESG kriterije prilikom donošenja odluke o ulaganju. Pitanje održivoga financiranja koje u poslovne ili investicijske odluke uključuje ESG kriterije posljednjih godina eksponencijalno raste, a očekuje se i ubrzanje toga razvoja. Kreiraju se novi poslovni modeli, pa su, uz koncept društveno odgovornoga poslovanja (eng. *corporate social responsibility*, CSR), danas tu i cirkularna ekonomija (eng. *circular economy*, CE) i ekonomija dijeljenja (eng. *sharing economy*, SE). Kroz njih je moguće promatrati i integraciju Smithova učenja u suvremeno poslovanje.

Tvrtke koje slijede CSR mogu očekivati veće prihode i profitabilnost. Tako je Nielsen 2015. proveo istraživanje (Heyward, 2020) koje pokazuje da je više od 50% svjetskih potrošača spremno platiti više za proizvode i usluge koje dolaze od tvrtki koje su društveno odgovorne. Istraživanje McKinsey & Company i NielsenIQ (2023) dokazuje veliku osviještenost potrošača pri odabiru održivih proizvoda koji su u skladu sa CSR standardima. Napravljena je i znanstvena studija analize sadržaja 53 članka objavljenih od 1984. do 2021. (Coelho et al., 2023). Rezultati pokazuju da CSR ima izravni utjecaj na financijske učinke tvrtki raznih veličina s tržišta širom svijeta, a on postaje izraženiji kako se poboljšavaju rezultati tvrtke u pogledu CSR-a.

Cirkularna ekonomija temelji se na učinkovitom korištenju resursa, smanjenju otpada i recikliranju, kako bi se smanjio negativan utjecaj na okoliš i klimatske promjene te potaknuo održivi razvoj. Inovacijama u proizvodnji trajnijih proizvoda koji se mogu popravljati, obnavljati i reciklirati stvaraju se nova radna mjesta i bitno potiču konkurentska djelovanja. Upravo je Smith (2005, 651) naglašavao da gospodarstvo može rasti i prosperirati samo ako se na slobodnom i neometanom tržištu povećava produktivnost rada i učinkovitost uporabe resursa, pri čemu su važne inovacije i tehnološki napredak.

Ekonomija dijeljenja jedan je od suvremenih alternativnih poslovnih modela temeljen na privremenom pristupu proizvodima i uslugama. S povećanjem broja sudionika u ekonomiji dijeljenja stvara se veća ekonomska vrijednost, pa se taj model ne temelji na natjecanju, nego na sinergiji, zajedničkom razvoju, simbiozi i suradnji, ili kako bi to Smith rekao: »ekonomija egoizma ublažena je altruiz-

2 *Environmental, social, and corporate governance* (ESG), prid. "ekološki, društveno osjetljiv i upravljački", značajke holističkoga poslovnoga djelovanja.

mom« (Yeganeh, 2021). Održivost je tih inovativnih platformi u sukreiraju vrijednosti, uz ugradnju etike vrline i lokalne kulture dionika ekosustava. Ekonomija dijeljenja koristi Internet za okupljanje, dijeljenje ili razmjenu nedovoljno iskorištene imovine, a najveće promjene to je donijelo u sljedećim sektorima: prijevoz, ugostiteljstvo, restorani, odjeća, financije i osobne usluge. Ekonomija dijeljenja temelji se na reputaciji i drugim mehanizmima povjerenja: provjera-prodavača, osiguranju ili žalbenim postupcima. Prije Interneta »reputacije su putovale slučajno [vodene] putem usmene predaje, glasina ili masovnih medija«, čineći velik izazov u izgradnji povjerenja između stranaca uključenih u komercijalne interakcije, a upravo je Smith reputacijske mehanizme (iskrenost, ugled i poštovanje) povezivao s uspjehom (Koopman et al., 2015).

Spomenimo i to da je raspravljajući o načelima moralnosti i etičnosti, kako u okviru *Teorije moralnih osjećaja*, tako kasnije i u okviru *Bogatstva naroda*, Smith snažno zahvaćao i područje psihologije, obrazlažući mnogostruke motivacijske sile, uključujući instinkte, strasti, emocije i osjećaje. Govorio je o onom što se u suvremenoj psihologiji i teorijama motivacije odnosi na njezin intrinzični dio, odnosno na osjećaj rasta, razvoja ili pripadanja, koji snažno utječu na pojedinca, bilo zaposlenika ili potrošača. Gospodarstvenici također imaju intrinzičnu motivaciju »tako da određena djelovanja smatraju osobito smislenima ili žele poštivati određene vrijednosti (kao pravednost) radi njih samih«, i ne vode se samo racionalnošću, nego i dozom egoizma, a ponajprije odgovornosti (Koprek, 2004, 12). Bez obzira o kojim je pojedincima riječ, poznato je da oni s markama stvaraju emocionalnu povezanost, ulaze u interakciju, osjećaju se dijelom srca i duše marke i bivaju njezini žestoki zagovornici. Kako svi utječu na sve, menadžeri imaju odgovornost za zadovoljstvo zaposlenika koje utječe na potrošače i javnost, a njihova konačna percepcija utječe na tržišnu vrijednost marki. Tako se u vremenu velike moći društvenih mreža transparentnost i odgovornost često izdvajaju kao pitanja od ključne važnosti za djelovanje i opstanak. U tom kontekstu CSR danas donosi bitne prednosti (Heyward, 2020) u vidu privlačenja investitora i kvalitetnih zaposlenika, bolje percepcije marke, dugoročnijih veza s kupcima i ušteda uslijed manje fluktuacije zaposlenika i kupaca.

3.2. Etički kodeksi i hrvatska poslovna praksa

Današnja praksa pokazuje da je samoregulacijski dokument (primjerice etički kodeks) u kojem su iznesene temeljne vrijednosti i načela organizacije dobar referentni okvir za upravljanje svakodnevnim poslovanjem i odnosima s unutarnjim i vanjskim dionicima. Vrijednosti i etički kodeksi tako postaju dijelom misije i vizije tvrtke te iskazuju ono što od njih može očekivati javnost koju predstavljaju zaposlenici, korisnici proizvoda i usluga, tržište, dobavljači, posrednici u distribucijskom lancu, partneri i svi ostali dionici toga višeslojnoga procesa. Etički kodeksi pomažu u razumijevanju razlike između ispravnoga i pogrešnoga te u primjeni toga razumijevanja na svakodnevne poslovne odluke i ponašanje. Općenito, etički kodeks podrazumijeva dokumente na tri razine: kodekse poslovne etike, kodekse ponašanja zaposlenika i kodekse profesionalne prakse.

Smislenost i važnost etičkih kodeksa te primjenu njihovih odredbi u poslovanju ističu brojna istraživanja koja su proveli mnogi autori (Schwartz, 2002; O'Dwyer i Madden, 2006; Spalding i Oddo, 2011; Togoe i Avram, 2013).

Svakodnevno svjedočimo nužnosti implementacije etičkih načela i raznih nadzornih tijela, komora i udruga koje nastoje korigirati ponašanje poslovnih subjekata. U Hrvatskoj se tako koristi Kodeks korporativnog upravljanja koji preporuča Hrvatska agencija za nadzor financijskih usluga (HANFA i Zagrebačka burza, 2019). Hrvatska gospodarska komora poziva članice da potpišu kodeks etike u poslovanju čime prihvaćaju »obvezu djelovanja u skladu s načelima odgovornosti, istinitosti, učinkovitosti, transparentnosti, kvalitete, postupanja u dobroj vjeri i poštovanja dobrih poslovnih običaja prema poslovnim partnerima, poslovnom i društvenom okruženju te vlastitim zaposlenicima« (HGK, 2016). Međunarodna trgovačka komora³ prenosi svjetska iskustva na hrvatsku poslovnu zajednicu. Njezini su kodeksi poslovanja »primjenjivi na dobrovoljnoj osnovi, a uključuju Pravila ponašanja u borbi protiv iznude i podmićivanja u međunarodnim poslovnim transakcijama, ICC–ev kodeks oglašavanja i marketinga, Devet praktičnih koraka za odgovorno poslovno ponašanje itd.« (ICC Croatia, s. a.). Ti se kodeksi često odražavaju u pravilima profesionalnih udruženja ili iz njih proizlaze kodeksi hrvatskih poslovnih subjekata iz raznih djelatnosti. Zasebne kodekse imaju i razne komore i struke, kao što su odvjetnici, liječnici, bankari, arhitekti, inženjeri strojarstva, marketinški stručnjaci, računovođe i drugi.

No, sve veći korektiv sami su potrošači i drugi pojedinci unutar i izvan sustava koji, korištenjem kodeksa, ali i iskazom svojih videnja, bitno mogu utjecati na budućnost poslovnih subjekata. Osim što neetične poslovne prakse mogu prijaviti raznim tijelima, imaju mogućnost širenja informacija i utjecaja putem društvenih mreža, čime sudjeluju u procesu samoregulacije.

Konačno, važnost etičkih načela danas potvrđuje i činjenica da se to područje podučava na fakultetima u okviru svih segmenata poslovnoga upravljanja. Sustavi kvalitete u visokom poslovnom obrazovanju (primjerice AACSB International)⁴ i akreditacijske agencije u okviru svojih standarda posebno ističu etiku, društvenu odgovornost i održivost kao teme koje je nužno uvesti u obrazovni sustav i kontinuirano unaprjeđivati. Slijedeći te smjernice, sve vodeće institucije poslovnoga obrazovanja danas imaju etičke vrijednosti u misiji, u programima i unutar samih kolegija u vidu ciljeva učenja. Posebne su teme standarda i smjernica uključivost svih dionika i raznolikost, što se odnosi na sve razine bilo koje suvremene organizacije.

3 International Chamber of Commerce (ICC) najveća je svjetska organizacija koja predstavlja više od 45 milijuna tvrtki u više od 100 zemalja (ICC Croatia, s. a.).

4 The Association to Advance Collegiate Schools of Business (AACSB), skraćeno AACSB International, američka organizacija koja povezuje edukatore, studente i tvrtke u postizanju zajedničkoga cilja: stvoriti sljedeću generaciju sjajnih vođa. Vizija joj je transformirati poslovno obrazovanje na globalnoj razini kako bi se postigao pozitivan društveni učinak (AACSB International, s. a.).

Zaključak

U radu su analizirana dva istraživačka pitanja, od kojih se prvo odnosi na poveznicu između Smithova promišljanja i odgovornoga vođenja poslovanja suvremenih gospodarstvenika koji vode uspješne sustave koji donose konkurentsku prednost. Smith u opisu etičnoga, poštenoga i razboritoga poduzetnika ističe karakteristike koje danas odlikuju dobre menadžere, a to su: čuvanje sigurnosti posla i ugleda; kompetentnost i rad na sebi; oprez u komunikaciji i kredibilitet; pristojno ophođenje i stvaranje interne kulture tvrtke; naporan rad; ulaganje u budućnost; dobra procjena rizika (Bragues, 2009). To ukazuje na holistički pristup menadžmentu koji ostvaruje iskorak time što sve jednako uzima u obzir. Upravo Smith zagovara holistički pristup gdje sustav proizvodnje i prodaje podrazumijeva suosjećanje s drugima i želju za zadovoljstvom svih uključenih dionika. On poslovanje zamišlja kao neizostavno moralan pothvat koji se bitno ne razlikuje od drugih aspekata ljudske djelatnosti (Bragues, 2009, 459).

Suvremeni gospodarstvenici shvaćaju da se postizanje ciljeva ostvaruje kroz suradnju, interakciju i izgradnju odnosa te zadovoljstvo zaposlenika koje oni prenose na potrošače. Zadovoljavanjem potreba kroz ostvarivanje pojedinačnih ciljeva i zarade, uz istovremenu dobrobit društva u cjelini, ostvaruje se održivo profitabilno poslovanje i dugoročni opstanak. Tako današnji trendovi u poslovanju sve više ukazuju na potrebnii sklad između Smithova “ekonomskoga” i “moralnoga” čovjeka.

Danas je ojačala samoregulacija i moć raznih društvenih skupina, sve je umreženo i odgovornosti se javno propituju. Istraživanja ukazuju na povezanost financijskih performansi i tvrtki koje slijede CSR i ESG standarde, što znači da društveno odgovorni gospodarstvenici generiraju veće profite. Teme održivosti povezane su s poslovnim rezultatom i postaju *condicio sine qua non* poslovnoga uspjeha. Cjelokupna transformacija događa se brzo. Može se reći i da je to sve potaknuto vlastitim (egoističnim) interesima, a ne altruističnim, solidarnim ponašanjem gospodarskih dionika (Koprek, 2004, 9), no činjenica je da konačni rezultat ipak pokazuje pozitivne pomake. Moguće je i veća “osjetljivost” novih generacija na “moralni deficit” razlog što Smithova “nevidljiva ruka” danas ima izdanke u dobrim praksama, ESG utjecaju, kreiranju etičkih kodeksa, kolegija o etici, društvenoj odgovornosti i održivosti te nacionalnim regulativama i smjernicama koje uključuju odgovorno vođenje poslovanja. Upravo je Smith vizionarski ukazivao na to da je posao zaštićen tek ako ne nanosi štetu drugima, bilo kršenjem sklopljenih ugovora ili ugrožavanjem života, zdravlja, imetka ili ugleda.

Načini na koji se Smithova vrijednosna načela mogu povezati sa strateškim odrednicama suvremenih globalnih poslovnih procesa i modela analizirani su u okviru drugoga pitanja ovoga istraživanja. Već je spomenuto da su u podlozi uspješnih strategija danas etički kodeksi i ESG standardi. Tu je i holistički pristup poslovanju koji obuhvaća razmatranje cijeloga ekosustava u kojem se održivi razvoj postiže uslijed vrlo konkurentnih okolnosti. Upravo kao i kod Smitha, u holističkom pristupu istodobno ostvarenje ekonomskih interesa i opće društvene

dobrobiti ostvaruje se na partnerski način koji uključuje sve aspekte. Smithova su načela očita i u modelima CSR–a, koji tvrtkama donose bitne prednosti, te u drugim poslovnim modelima, od kojih su detaljnije prezentirani modeli cirkularne ekonomije i ekonomije dijeljenja. Tako je u cirkularnoj ekonomiji ideja “nevidljive ruke” vidljiva u načinu na koji se tržišni uvjeti koriste za poticanje kružnoga korištenja resursa i smanjenje otpada, a konkurencija potiče proizvođača na korištenje recikliranih materijala ili proizvodnju trajnijih proizvoda koji se mogu popravljati ili obnavljati. U ekonomiji dijeljenja, kao i kod Smitha, dolazi do dijeljenja s drugima, pri čemu se smanjuje trošak i povećava efikasnost, a konkurenciju stvaraju pojedinci koji nude svoje resurse ili usluge kako bi se postigla najbolja vrijednost za korisnike.

U ovom radu analiziran je tek dio Smithovih promišljanja i poslovnih koncepcija koje se s tim povezuju, no činjenica je da se *Bogatstvo naroda* može proučavati kao djelo koje, između ostaloga, donosi podlogu za moralnu kritiku današnjega društva. Njegova je važnost u neiscrpnom izvoru postavki koje sve učestalije predstavljaju važne okosnice konkurentske prednosti u poslovanju, stoga je za očekivati da bi daljnja proučavanja mogla donijeti mnoge nove, moguće i vizionarske uvide.

Literatura

- AACSB International (s. a.). The Association to Advance Collegiate Schools of Business, About Us. *AACSB*. <https://www.aacsb.edu/about-us> (13.5.2023.)
- Alvey, James E. (1999). A short history of economics as a moral science. *Journal of Markets and Morality*, 2(1), 53–73.
- Babić, Zdenko (2002). Etika i ekonomija: propitivanje odnosa. *Ekonomski pregled*, 53(5–6), 537–547.
- Bragues, George (2009). Adam Smith’s vision of the ethical manager. *Journal of Business Ethics*, 90(4), 447–460.
- Brown, Karin (2013). Adam Smith, moral motivation and business ethics. *Ethics and Economics*, 10(1), 84–94.
- Bruce, Emmanuel; Owusu–Ansah, Priscilla (2022). A Review of corporate social responsibility and its relationship with customer satisfaction and corporate image. *Open Journal of Business and Management*, 10, 715–728.
- Buckley, Peter J. (2014). Adam Smith’s theory of knowledge and international business theory and practice. *Journal of International Business Studies*, 45(1), 102–109.
- Coelho, Rui; Jayantilal, Shital; Ferreira, Joao J. (2023). The impact of social responsibility on corporate financial performance: A systematic literature review. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 1–26. <https://doi.org/10.1002/csr.2446>
- Gonin, Michael (2015). Adam Smith’s contribution to business ethics, then and now. *Journal of Business Ethics*, 129(1), 221–236.
- Grdešić, Marko (2016). Je li Adam Smith konzervativac?: Nevidljiva ruka, institucionalni dizajn i društvena hijerarhija. *Politička misao*, (53)3, 85–107.
- Grebenar, Vladimir (2020). Duhovnost poduzetništva: Vizija poslovnog uspjeha je duhovno pitanje. *Hrvatska katolička mreža* (4. rujna). <https://hkm.hr/zivot/duhovnost-poduzetništva-vizija-poslovnog-uspjeha-je-duhovno-pitanje/> (13.5.2023)

- HANFA i Zagrebačka burza (2019). *Kodeks korporativnog upravljanja*. Zagreb: Hrvatska agencija za nadzor financijskih usluga. https://www.hanfa.hr/media/4098/zse_kodeks_hr.pdf (13.5.2023.)
- Heyward, Chastity (2020). The growing importance of social responsibility in business. *Forbes* (18. studenoga). <https://www.forbes.com/sites/forbesbusinesscouncil/2020/11/18/the-growing-importance-of-social-responsibility-in-business/?sh=2c4c29592283> (13.5.2023)
- HGK (2016). *Kodeks etike u poslovanju*. Zagreb: Hrvatska gospodarska komora. <https://hgk.hr/documents/kodeksposlovneetikehrweb581354cae65c8.pdf> (13.5.2023.)
- ICC Croatia (s. a.). Svjetska poslovna organizacija. *Croatia International Chamber of Commerce*. <http://www2.hgk.hr/icc/> (13.5.2023.)
- Khalil, Elias L. (2002). Is Adam Smith liberal? *Journal of Institutional and Theoretical Economics*, 158(4), 664–694.
- Koopman, Christopher; Mitchell, Matthew D.; Thierer, Adam D. (2015). The sharing economy: issues facing platforms, participants, and regulators. *Mercatus Center at George Mason University*. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2610875>
- Koprek, Ivan (2004). Gospodarska etika u suvremenom procesu globalizacije. *Obnovljeni Život*, 59(1), 5–16.
- McKinsey & Company; NielsenIQ (2023). *Consumers Care about Sustainability — and Back It Up with Their Wallets*. <https://nielseniq.com/wp-content/uploads/sites/4/2023/02/Consumers-care-about-sustainability%E2%80%94and-back-it-up-with-their-wallets-FINAL.pdf> (13.3.2023.)
- O'Dwyer, Brendan; Madden, Grainne (2006). Ethical codes of conduct in Irish companies: A survey of code content and enforcement procedures. *Journal of Business Ethics*, 63, 217–236.
- Petasis, Aris; Kyprianou, Theodoros (2014). Holistic management of critically ill economies and other human systems. *Hellenic studies, Cyprus: The way forward*, 22(2), 37–72.
- Reeves West, Kacey (2022). Smith to entrepreneurs: Go forth with prudence. *Adam Smith Works* (28. rujna). <https://www.adamsmithworks.org/documents/reeves-west-smith-entrepreneurs-go-forth> (13.5.2023)
- Schwartz, Mark S. (2002). A code of ethics for corporate code of ethics. *Journal of Business Ethics*, 41, 27–43.
- Smith, Adam (1984). *The Theory of Moral Sentiments*. Indianapolis: Liberty Fund.
- Smith, Adam (2005). *Istraživanje prirode i uzroka bogatstva naroda*. Zagreb: Masmedia.
- Spalding, Albert D. Jr.; Oddo, Alfonso (2011). It's time for principles-based accounting ethics. *Journal of Business Ethics*, 99, 49–59.
- Stark, Werner (1944). *The History of Economics: In Its Relation to Social Development*. New York: Oxford University.
- Togoe, Greti Daniela; Avram, Marioara (2013). Code of ethics — tool in the development of a favorable climate accounting profession. *European Journal of Accounting, Finance and Business*, 1(1), 128–135.
- Whittaker, Julie (2011). The evolution of environmentally responsible investment: An Adam Smith perspective. *Ecological Economics*, 71(1), 33–41.
- Yeganeh, Hamid (2021). An analysis of factors and conditions pertaining to the rise of the sharing economy. *World Journal of Entrepreneurship Management and Sustainable Development*, 173(3), 582–600.

Modern Business Practices According to Adam Smith's Value Principles

Maja Martinović*, Zoran Barac**, Valentina Pirić***

Summary

Adam Smith, one of the creators of economic thought and father of classical economics, emphasized the importance of ethics and moral behaviour in solving economic problems. In this paper, his concepts are analysed in the context of modern business: the authors seek out the connection between Smith's principles and responsible governance by contemporary managers who lead successful systems which yield competitive advantage. Analysis shows that Smith's description of the ethical entrepreneur emphasizes characteristics that distinguish successful managers today, namely those who take a holistic approach to management, achieve higher profitability and better long-term survival. Research also points to a connection between better financial performance and companies that follow corporate social responsibility standards as well as environmental, social and governance (ESG) standards, all of which can be linked to Smith's visionary insights on what needs to be done to protect business operations.

Analysis of the connection between Smith's value principles and the strategic determinants of modern global business processes and models demonstrates that, aside from adhering to ESG standards and taking a holistic approach, successful strategies are backed by ethical codes. Smith's principles are also evident in the models of corporate social responsibility, in circular and sharing economy. The significance of Smith's principles lies in the inexhaustible source of postulates which increasingly represent the backbone of competitive advantage in business.

Keywords: Adam Smith; economic theory; contemporary consumers; holistic management; social responsibility; circular economy; sharing economy; code

* Maja Martinović, Ph.D., Associate Professor, Zagreb School of Economics and Management. Address: Ulica Filipa Vukasovića 1, 10000 Zagreb, Croatia. E-mail: mmartino@zsem.hr

** Zoran Barac, Ph.D., Zagreb School of Economics and Management. Address: Ulica Filipa Vukasovića 1, 10000 Zagreb, Croatia. E-mail: zbarac@zsem.hr

*** Valentina Pirić, Ph.D., Nova hrvatska banka d.d. Address: Varšavska 9, 10000 Zagreb, Croatia. E-mail: valentina.piric1@gmail.com