

# I OSNOVNE ODREDBE

## Oblast primene

### Član 1

Kodeksom poslovne etike (u daljem tekstu: Kodeks) utvrđuju se principi i pravila poslovne etike koji obavezuju Galaxy code (u daljem tekstu: privredni subjekat), zaposlene, i lica angažovana po ugovornom osnovu u Galaxy code.

## Principi i pravila poslovne etike

### Član 2

Poštovanje principa i pravila poslovne etike podrazumeva, ali se njima ne ograničava, sledeća načela:

1. profesionalno obavljanje poslovne delatnosti;
2. savesno i potpuno preuzimanje i izvršavanje obaveza i odgovornosti;
3. obavljanje privredne delatnosti na način kojim se ne ugrožava profesionalni ugled;
4. korišćenje dopuštenih sredstava za postizanje poslovnih ciljeva;
5. poštovanje propisa o nespojivim poslovima;
6. čuvanje poslovne tajne;
7. izbegavanje sukoba između ličnih i interesa privrednih subjekata;
8. obavljanje poslovnih aktivnosti na način kojim se ne nanosi šteta postojećim akcionarima, članovima ili ortacima;
9. obavljanje poslovnih aktivnosti koje povećavaju vrednost kapitala privrednog društva;
10. uzdržavanje od korišćenja političkog uticaja ili pritiska radi ostvarivanja poslovnih ciljeva;
11. ostvarivanje poslovne saradnje sa drugim privrednim subjektima *bona fide*;
12. rešavanje sporova sa poslovnim partnerima putem pregovora ili posredovanja, uz nastojanje da se nastave poslovni odnosi;
13. poštovanje prava intelektualne svojine;
14. obavljanje poslovne aktivnosti u skladu sa propisima o zaštiti i unapređenju životne sredine;
15. uvažavanje standarda poslovne etike i doprinos daljoj afirmaciji morala u poslovnim odnosima.

## Svrha Kodeksa

### Član 3

Cilj Kodeksa je:

1. da doprinese obavljanju poslovnih aktivnosti Galaxy code u duhu poslovnog morala, dobrih poslovnih običaja i načela savesnosti i poštenja,
2. da omogući transparentnost poslovanja Galaxy code

## Lica na koja se Kodeks odnosi

### Član 4

Principi i pravila poslovne etike obavezuju sve zaposlene u Galaxy code iz člana 1. ovog kodeksa, kao i sva lica koja su za obavljanje neke delatnosti u ime privrednog subjekta angažovana na osnovu ugovora.

## Odnos prema zakonima i drugim kodeksima

### Član 5

Kodeks ne utiče na primenu zakona kojima su regulisani status i prava i obaveze Galaxy code iz člana 1. ovog kodeksa.

Odgovornost lica iz člana 4. za nepoštovanje Kodeksa postoji nezavisno od odgovornosti predviđene zakonima koji se na njih primenjuju i biće sankcionisana.

## Primena Kodeksa

### Član 6

Povredom pravila poslovne etike smatraće se svako postupanje suprotno poštovanju načela iz člana 2. ovog kodeksa, postupanje koje je u suprotnosti sa pravilima ovog kodeksa, kao i svako drugo postupanje koje se, prema opštem uverenju koje vlada u privredi i društvu, smatra povredom poslovne etike.

U cilju zaštite poslovne etike subjekti iz prethodnog stava preduzimaju mere u cilju podizanja poslovnog morala, delujući pre svega na učesnike u poslovnom odnosu, kao i na stvaranje javnog mnjenja u cilju osude slučajeva povrede poslovne etike.

## Postupak za zaštitu poslovne etike

### Član 7

Postojanje povrede pravila poslovne etike utvrđuju nadležno lice Galaxy code.

Zaštitu poslovne etike može zahtevati, odnosno postupak za zaštitu poslovne etike može pokrenuti lice koje ima na Kodeksu zasnovan interes, subjekt koji učestvuje u prometu, kao i svaki potrošač i korisnik usluga.

## Značenje pojedinih termina

### Član 8

Termini koji se koriste u ovom Kodeksu imaju sledeće značenje:

1. *Moral* označava skup normi (pravila) koje regulišu ponašanje ljudi usmeravanjem na ostvarenje nekog dobra, a koje se spontano stvaraju i autonomno prihvataju u društvenoj zajednici.
2. *Poslovna etika* označava one moralne norme (pravila) koja važe u poslovnim odnosima; obuhvata principe i standarde, spontano nastale ili postavljene, zasnovane na moralnoj vrlini i profesionalnom dobru, kojima se uređuje ponašanje lica iz člana 4. ovog kodeksa.
3. *Delatnost* privrednog subjekta podrazumeva obavljanje zakonom dozvoljene delatnosti.
4. *Konkurent* je fizičko ili pravno lice koje obavlja istu ili sličnu delatnost na tržištu sa ciljem sticanja dobiti.
5. *Potrošač* je lice koje kao krajnji korisnik kupuje proizvod ili koristi uslugu drugog privrednog subjekta.

## II OSNOVNA NAČELA

### Načelo lične odgovornosti

## **Član 9**

Galaxy code postupa u skladu sa odredbama Kodeksa i odgovara za njegovu povredu, kao i za prikrivanje neetičkog ponašanja drugih.

Nepoštovanje zahteva poslovne etike jednog privrednog subjekta ne oslobađa druge subjekte iste obaveze u tom poslovnom odnosu.

## **Načelo zakonitosti poslovanja**

### **Član 10**

Etičko ponašanje u poslovnim aktivnostima zasniva se na poštovanju zakona, drugih propisa, ugovora između privrednih subjekata, i krajnjih kupaca.

Nije dozvoljeno podstrekavanje na nepoštovanje zakona i prikrivanje povreda zakona.

Poslovanje privrednog subjekta mora biti usklađeno sa važećim zakonima i propisima Republike Srbije.

Privredni subjekt je dužan da poštuje domicilne zakone, pravila i običaje na svim teritorijama na kojima posluje.

## **Načelo savesnosti i poštenja**

### **Član 11**

U zasnivanju poslovnih odnosa i ostvarivanju prava i obaveza privredni subjekt je dužan da se pridržava načela savesnosti i poštenja.

## **Zabrana zloupotrebe prava**

### **Član 12**

Zabranjeno je vršenje prava iz poslovnih odnosa protivno cilju zbog koga je ono zakonom ustanovljeno ili priznato.

## **Poštovanje poslovnih partnera**

### **Član 13**

Privredni subjekt su dužni da u poslovnim odnosima iskažu poštovanje i uvažavanje.

## **Vođenje pregovora**

### **Član 14**

Poslovna etika nalaže da privredni subjekt upućuje ponude i pristupa vođenju pregovora samo ako ima nameru da zaključi ugovor.

## **Sastavljanje ugovornih odredaba**

### **Član 15**

Prilikom zaključenja ugovora privredni subjekt je dužan da sačini ugovorne odredbe na način koji ne ostavlja sumnju u pogledu njihovog smisla i značenja.

U slučaju kad je ugovor zaključen prema unapred odštampanom sadržaju (tipski ugovori), ili kada je ugovor na drugi način pripremljen i predložen od jedne ugovorne strane, nejasne odredbe tumačiće se u korist druge strane.

Nisu u skladu sa poslovnom etikom elementi ugovora koji su nametnuti putem tipskih ugovora, korišćenjem teške ekonomske situacije, pretnje, prevare ili dovođenjem u zabludu, ako dovode do narušavanja ravnopravnog položaja ugovornih strana.

Suprotni poslovnom moralu smatraće se i sastojci ugovora koji nisu u srazmeri sa poslovnim rizikom koji se ugovorom preuzima.

## **Zabrana zaključivanja fiktivnih i simulovanih ugovora**

### **Član 16**

Ugovorni odnosi moraju odražavati stvarni predmet poslovnog odnosa.

Fiktivni i simulovani ugovori nisu dozvoljeni.

## **Dužnost ispunjenja obaveza**

### **Član 17**

Privredni subjekt je dužan da odgovorno izvršava zakonom ili ugovorom utvrđene obaveze.

## **Izvršavanje obaveza i ostvarivanje prava**

### **Član 18**

Privredni subjekt je dužan da u izvršavanju obaveza iz svoje profesionalne delatnosti postupa sa povećanom pažnjom prema pravilima struke i običajima - pažnja dobrog stručnjaka.

Privredni subjekt je dužan da se u ostvarivanju svog prava uzdrži od postupaka kojima bi se otežalo izvršenje obaveza druge strane.

## **Mirno rešavanje sporova**

### **Član 19**

Privredni subjekt je dužan da u slučaju spora pokaže spremnost da se spor reši dogovorom, kako bi se poslovna saradnja nastavila.

Sporovi se mogu rešavati pregovorima, posredovanjem ili mirenjem.

Ukoliko se spor ne reši na neki od predviđenih načina, može se rešavati u postupku pred arbitražom ili sudom.

## **Mere zaštite poverljivih podataka**

### **Član 20**

U cilju ispunjenja obaveze iz Kodeksa lica zaposlena u privrednom subjektu, članovi njegovih organa i sva druga lica koja na osnovu ugovora obavljaju delatnost u ime i za račun privrednog subjekta, obavezuju se da neće otkrivati informacije poverljive prirode trećim licima.

Lica iz stava 1. ovog člana:

1. imaju obavezu da obezbede zaštitu poverljivih informacija i posle prestanka radnog ili ugovornog odnosa sa privrednim subjektom;
2. ne mogu po prestanku radnog, odnosno ugovornog odnosa prisvojiti, napraviti kopiju ili zadržati bilo koji drugi dokument koji sadrži poverljive podatke;
3. odgovorna su za štetu prouzrokovanu privrednom subjektu ako u pogledu poverljivih podataka, odnosno njihovog saopštavanja, ne postupaju u skladu sa zakonom, drugim propisima i Kodeksom.

## **Izuzeci od zabrane odavanja poslovne tajne i poverljivih podataka**

### **Član 21**

Ne smatra se odavanjem poslovne tajne niti poverljivih podataka privrednog subjekta saopštavanje informacija čije je objavljivanje obavezno na osnovu zakona, odnosno koje su u vezi sa povredom zakona, povredom dobre poslovne prakse ili principa poslovnog morala.

## **Zabrana korišćenja poverljivih informacija i poslovnih mogućnosti u ličnom interesu**

### **Član 22**

Zaposleni, članovi organa privrednog subjekta i članovi njihovih porodica ne smeju koristiti poverljive informacije i poslovne mogućnosti u cilju pribavljanja materijalne ili nematerijalne koristi za sebe ili za povezana lica.

U cilju ispunjenja obaveze iz stava 1. ovog člana zaposleni, članovi organa privrednog subjekta i članovi njihovih porodica ne smeju naročito da:

1. koriste u lične svrhe informacije do kojih su došli na osnovu položaja u privrednom subjektu,
2. koriste u ličnom interesu poslovne mogućnosti za koje je privredni subjekt zainteresovan ili bi mogao biti zainteresovan;
3. prikrivaju informacije do kojih su došli na osnovu položaja u privrednom subjektu a koje mogu biti od značaja za donošenje poslovnih odluka privrednog subjekta.

## **ODNOS PREMA POTROŠAČIMA**

### **Poštovanje potrošača**

#### **Član 23**

Poštovanje potrošača i težnja da zadovolji njihove potrebe, osnovna je odlika odnosa privrednog subjekta prema potrošačima.

### **Dužnosti prema potrošačima**

#### **Član 24**

Privredni subjekt je dužan da u odnosu sa potrošačima:

1. postupa u skladu sa poslovnom etikom i uvažava potrošače kao poslovne partnere;
2. ne diskriminiše potrošače u pogledu vrste, kvaliteta, cene proizvoda i usluge ili količine proizvoda, kao i u pogledu uslova za isporuku kupljenog proizvoda, odnosno pružanje usluge potrošaču;
3. poštuje sve ugovorene i pravne standarde koji se odnose na karakteristike proizvoda i način vršenja usluga, kojim se štiti bezbednost i zdravlje potrošača;
4. precizno i jasno informiše potrošače o proizvodu, odnosno usluzi (o njihovom sadržaju, bezbednoj upotrebi, održavanju, čuvanju i uklanjanju), uključujući i obavezno isticanje potrebnih podataka na etiketi;
5. ne preduzima aktivnosti kojima kod potrošača stvara lažnu predstavu o svojim proizvodima ili uslugama;
6. uvažava ekonomske interese potrošača, tako što im omogućava izbor između više istovrsnih proizvoda, vidno ističe cenu za proizvode koji se nude, obezbeđuje, u skladu sa zakonom, garancije i obavezno servisiranje;

7. saraduje sa potrošačima u pogledu reklamacija, predviđajući lako dostupan i efikasan postupak za njihovo podnošenje i rešavanje;
8. izda račun;
9. vodi računa o tome da njegovi proizvodi upotrebom ne ugrožavaju životnu sredinu;
10. uvažava privatnost potrošača i obezbeđuje zaštitu njihovih ličnih podataka.

## **Nedozvoljeno postupanje prema potrošačima**

### **Član 25**

Nije dozvoljeno:

1. odbijanje da se potrošaču proda proizvod koji je izložen ili na drugi način pripremljen za prodaju, ili odbijanje pružanja usluge koja se može obaviti;
2. uslovljavanje prodaje proizvoda ili pružanja usluge prodajom drugog proizvoda ili pružanjem druge usluge.

## **Zabrana prevare i obmanjivanja potrošača reklamiranjem**

### **Član 26**

Zabranjeno je obmanjivanje potrošača nuđenjem i javnim oglašavanjem proizvoda i usluga davanjem nepotpunih ili lažnih informacija, prikrivanjem podataka o proizvodu ili usluzi koji su od suštinskog značaja za odlučivanje potrošača, kao i bilo kakvim predstavljanjem kojim se primaoci ponude ili oglasne poruke dovode u zabludu.

Obmanjivanjem se naročito smatra:

1. reklamiranje sopstvenih proizvoda ili usluga na preterani način, kada se privredni subjekt prikazuje kao jedini distributer proizvoda ili kada se proizvodi privrednog subjekta reklamiraju kao najbolji;
2. prodaja proizvoda potrošaču bez upozorenja na posledice koje mogu nastati dugotrajnom upotrebom proizvoda;
3. upućivanje ponude potrošaču koja ne sadrži dovoljno podataka za donošenje ispravne odluke ili sadrži lažne podatke, naročito za zaključenje ugovora o kupoprodaji na rate, kreditu, osiguranju;
4. iskorišćavanje neiskustva, lakovernosti, straha i stanja nužde potrošača, posebno dece i omladine;
5. reklamiranje sopstvenih proizvoda ili usluga poređenjem sa proizvodima i uslugama konkurenta ili nanoseći povredu ugledu konkurenta;
6. reklamiranje isticanjem niskih cena u poređenju sa cenama proizvoda konkurenata, kao i reklamiranje prikazivanjem privrednog subjekta koji se reklamira podobnijim da proizvodi proizvode od konkurenata;
7. reklamiranje kojim se može stvoriti zabuna u pogledu identiteta reklamera, naročito u pogledu njegovog poslovnog imena, delatnosti, profesije, imovinskih i ličnih prava, autorskih prava i prava industrijske svojine, nagrada i priznanja;
8. reklamiranje kojim se povređuju nacionalna, verska i druga osećanja ili lične vrednosti potrošača, odnosno vređa javni moral.

# **ODNOS PREMA KUPCIMA**

## **Pravo oglašavanja proizvoda**

### **Član 27**

Privredni subjekt iz člana 1. Kodeksa ima pravo na oglašavanje i promociju svojih proizvoda i usluga.

Privredni subjekt koji se oglašava, mediji, agencije i ostali učesnici u tržišnom komuniciranju dužni su da poštuju Zakon o javnom oglašavanju i Kodeks oglašavanja.

Direktno oglašavanje ličnim obraćanjem nije dopušteno ako lice jasno izrazi volju da mu se poruke više ne upućuju.

## **Obaveze privrednih subjekata prilikom oglašavanja proizvoda i usluga**

### **Član 28**

Privredni subjekt je dužan da pruži kvalitetnu, jasnu i verodostojnu informaciju potencijalnim korisnicima svojih proizvoda i usluga.

Privredni subjekt je dužan da učini preciznu, jasnu i istinitu ponudu proizvoda i usluga u odnosu na cenu, vrstu, kvalitet, raspoložive količine i druge osobine.

Neistinito informisanje, skrivanje bitnih osobina proizvoda ili odbijanje pružanja tražene informacije smatraju se neetičkim postupanjem.

Privredni subjekt je dužan da na odgovarajući način upozna kupce svojih proizvoda sa rizicima upotrebe proizvoda.

## **Obaveze privrednih subjekata u pogledu prigovora i žalbi kupaca**

### **Član 29**

Privredni subjekt je dužan da odmah, a najkasnije u roku od osam dana od dana prijema, odgovori na prigovore i žalbe kupaca.

Stav privrednog subjekta povodom reklamacija, zamene kupljenog proizvoda i vraćanja novca mora biti jasno saopšten kupcu prilikom kupoprodaje.

Ukoliko nađe da su prigovori vezani za proizvod ili uslugu opravdani, privredni subjekt je dužan da potrošaču ponudi drugi istovrsni proizvod, vrati iznos plaćene cene ili otkloni nedostatke.

## **Zabrana otkrivanja podataka o kupcima trećim licima**

### **Član 30**

Podaci o kupcima i poslovnim odnosima sa njima imaju karakter poverljivih podataka i ne mogu biti saopšteni trećim licima bez saglasnosti kupaca.

Podaci o kupcima moraju biti saopšteni i bez njihove saglasnosti sudskim organima na osnovu sudskog naloga.

## **Prodaja na daljinu**

### **Član 31**

Privredni subjekt koji organizuje prodaju svojih proizvoda ili usluga na daljinu dužan je da obezbedi sigurnost transakcija, posebno u pogledu podataka o kreditnim i platnim karticama.

Privredni subjekt iz stava 1. ovog člana treba da obezbedi da ponuda sadrži sve bitne elemente koji su od značaja za njeno prihvatanje (cena, rokovi, troškovi isporuke, reklamacije, garancija), da su ti elementi predstavljeni nedvosmisleno i na način koji je razumljiv kupcu, bez mogućnosti da naknadno ističe bilo koje dodatne zahteve.

Kupci koji zaključuju ugovor na daljinu imaju ista prava kao i kupci koji takav proizvod ili uslugu kupe na drugi način.

## **Poznavanje Kodeksa**

### **Član 32**

Prilikom potpisivanja ugovora o radu ili drugog ugovora upoznati sa obavezujućim karakterom Kodeksa.

## **Tumačenje i primena Kodeksa**

### **Član 33**

Zaposleni ili član organa privrednog subjekta koji ima nedoumicu u pogledu tumačenja ili primene nekog člana ili odredbe ovog kodeksa treba da se obrati svom pretpostavljenom.

## **Obaveza obaveštavanja o povredi Kodeksa**

### **Član 34**

Lice na koje se Kodeks odnosi dužno je da o povredi odredaba Kodeksa ili o osnovanoj sumnji da je povredu učinilo obvezano lice obavesti lice ili organ zadužen za nadzor nad poštovanjem Kodeksa.

Neobaveštavanje o povredi Kodeksa učinjeno namerno ili iz krajnje nepažnje smatra se povredom Kodeksa.

Nadzorni organ dužan je da po dobijenoj prijavi ili po sopstvenom saznanju pokrene postupak pred sudom časti privredne komore.

## **Odgovornosti organa privrednog subjekta za primenu Kodeksa**

### **Član 35**

Organi privrednog subjekta se staraju o primeni Kodeksa i u tom cilju preduzimaju naročito sledeće mere:

1. obezbeđuju da se zaposleni u privrednom subjektu i članovi njegovih organa upoznaju sa sadržinom Kodeksa;
2. preduzimaju mere kako bi pomenuta lica uskladila svoje ponašanje sa Kodeksom;
3. obezbeđuju da se postupci i aktivnosti u privrednom subjektu usklade sa odredbama Kodeksa.

## **Završne odredbe**

### **Član 36**

Etički kodeks reguliše sve aktivnosti, odluke i korake Galaxy code i njenih saradnika. Galaxy code i njeni saradnici obavezni su da poštuju Etički kodeks u punoj meri.

Galaxy code redovno razmatra i ažurira Etički kodeks, kako bi odrazio tekuće društvene potrebe, potrebe Galaxy code i njenih saradnika.

Ovaj Etički kodeks stupa na snagu 27.07.2020. godine.