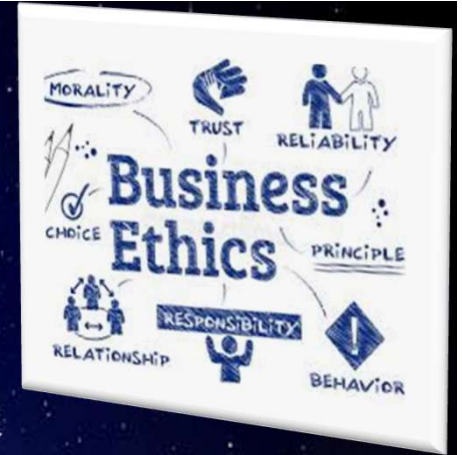


**БЕОГРАДСКА АКАДЕМИЈА ПОСЛОВНИХ И
УМЕТНИЧКИХ СТРУКОВНИХ СТУДИЈА**
Одсек пословних и информатичких
СТУДИЈА



ПОСЛОВНЕ КОМУНИКАЦИЈЕ

Предметни наставници
др Снежана Лекић
др Славица Мандић



ПОСЛОВНА ЕТИКА

“Две ствари испуњавају душу увек новим и све већим дивљењем и страхопоштовањем, што се више и истрајније размишљање бави њима: звездано небо нада мном и морални закон у мени”

(Имануел Кант)

ЕТИКА

Етика ⇒ филозофско размишљање о моралу и (не)моралном понашању појединаца, група и друштва

Етика = скуп моралних принципа или вредности који дефинишу шта је исправно, а шта погрешно за одређену особу или групу

Морал ⇒ односи се конкретно морално поступање

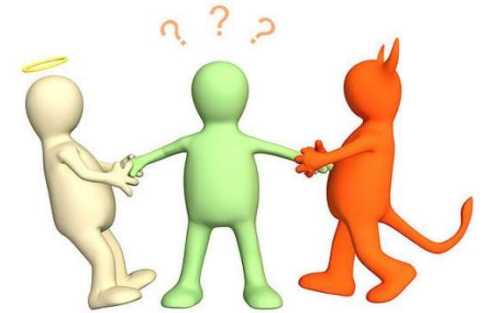
Морал = скуп писаних и неписаних правила о понашању људи, који се темеље на етичким нормама

ЕТИКА...

- **КАКО ТРЕБА ДА ЖИВИМО**
- **КАКО ТРЕБА ДА УРЕДИМО ОДНОСЕ С ДРУГИМ ЉУДИМА**
- **ШТА ЈЕ ДОБРО, А ШТА ЛОШЕ**
- **ШТА ЈЕ ПОШТЕНО, А ШТА НЕПОШТЕНО**
- **ШТА ЈЕ ОДГОВОРНО, А ШТА НЕ**

Етичке теорије

- **Дескриптивна етика** – подразумева проучавање и описивање морала људи, културе и друштва; обезбеђује основу материјалној нормативној етици
- **Нормативна етика** – формира и повезује различите моралне норме, правила и вредности друштва, налази темељ за извођење посебних или појединачних норми и оправдава основне принципе моралности
- **Метаетика** – бави се значењем моралних термина као и логиком моралног закључивања



Индивидуалне карактеристике менаџера
Структуралне варијабле
Организациона култура



Етички избор

ГЛЕДИШТА ЕТИКЕ

- **УТИЛАТАРИСТИЧКО** – етичке одлуке доносе се само на основу исхода и последица
- **ГЛЕДИШТЕ ЉУДСКИХ ПРАВА** – усмерено је на поштовање и очување слободе и привилегија појединаца (право на приватност, слобода свести, слобода говора, живота...)
- **ТЕОРИЈА О ПРАВЕДНОСТИ ЕТИЧКОГ ГЛЕДИШТА** - менаџери постављају и учвршћују фер правила и непристрасност примењујући законе и правне прописе
- **ТЕОРИЈА О ИНТЕГРИСАНИМ ДРУШТВЕНИМ УГОВОРИМА** – етичке одлуке се базирају на постојећим етичким дормама у **делатностима**, и заједници како би се утврдило шта је добро, а шта погрешно конституисано

НЕПРИМЕРНО ПОНАШАЊЕ НА ПОСЛУ

Етичко понашање одговара прихваћеним принципима који одређују шта је исправно, а шта погрешно

Непримерно понашање на послу – неетично понашање којим се крше организационе норме о исправном и погрешном понашању:

- Против компаније
- Против одређених људи у компанији

Непримерно понашање против компаније

УГРОЖАВАЊЕ ПРОДУКТИВНОСТИ – понашање којим се угрожава квалитет и квантитет производње:

- Одлазак са посла пре времена
- Предуге паузе у раду
- Запослени намерно раде спорије него што би могли
- Трошење ресурса без потребе

УГРОЖАВАЊЕ ИМОВИНЕ – неетично понашање усмерено на имовину или производе организације:

- Уништавање опреме
- Прихватање мита
- Лагање о броју радних сати
- Крађа од компаније

Непримерно понашање против одређених људи у компанији

ПОЛИТИЧКИ ПРЕСТУП – ситуација када одређена особа користи свој утицај да би нашкодила другима у компанији:

- Протекција
- Ширење трачева о колегама
- Пребацивање кривице на колеге
- Бескорисно надметање

АГРЕСИВНОСТ – непријатељско или агресивно понашање према другима:

- Сексуално узнемиравање
- Вербалне увреде
- Крађа од колега
- Личне претње упућене колегама (угрожавање)

УТИЦАЈ НА ЕТИЧНО ОДЛУЧИВАЊЕ

Менаџери: Како доћи до одговора да би могли успешно да реше етичке недоумице?

Избор одговора зависи од:

- Етичког интензитета одлуке
- Моралног развоја менаџера
- Етичких принципа који се користе за решавање проблема

Етички интензитет одлука

Колико су људи забринуте поводом одређеног етичког питања

Шест фактора који утичу на етички интензитет:

- **Тежина последица** – укупна штета или корист који произилази из етичке одлуке
- **Друштвени консензус** – сагласност о томе да ли је одређено понашање добро или лоше
- **Вероватноћа ефеката** – шанса да ће се нешто догодити и проузроковати штету другима
- **Временска димензија** – време између одређеног поступка и последица које тај поступак изазива
- **Близина ефекта** – друштвена, психолошка, културна или физичка дистанца између доносиоца одлуке и оних на које његове одлуке утичу
- **Концентрација ефекта** – укупна штета или корист коју одређени поступак доноси просечној особи

Морални развој

Психолог Лоренс Колберг – 3 фазе моралног развоја са по 2 стадијума у свакој фази:

ПРЕКОНВЕНЦИОНАЛНИ НИВО – I ниво моралног развоја на коме људи доносе одлуке на основу себичних разлога:

1. **Стадијум казне и послушности** – поштовати прописе како би се избегла физичка казна
2. **Стадијум размене оријентисане на задовољење потреба** - следити правила само када је то у вашем личном интересу

КОНВЕНЦИОНАЛНИ НИВО – II ниво моралног развоја на коме људи доносе одлуке које су у складу са очекивањима друштва:

3. **Стадијум добар момак, фина девојка** – живети онако како то очекују људи у вашој близини
4. **Стадијум закона и реда** – одржавање конвенционалног закона и реда испуњењем прихваћених обавеза

ПОСТКОНВЕНЦИОНАЛНИ (ПРИНЦИПИЈЕЛАН) НИВО - III ниво моралног развоја на коме људи доносе одлуке на основу интернализованих (унутрашњих) принципа:

5. **Стадијум друштвеног уговора** – вредновање права других и одржавање апсолутних вредности
6. **Стадијум универзални принцип** – у зависности од ваших принципа на основу којих одређујете шта је исправно, а шта погрешно

Принципи етичног одлучивања

Проф. Лару Хосмер – седам принципа етичног одлучивања:

ПРИНЦИП ДУГОРОЧНОГ ИНТЕРЕСА – никад не треба да предузимате било какву акцију која није у вашем или дугорочном интересу ваше организације

ПРИНЦИП ЛИЧНЕ ВРЛИНЕ – никад не треба да урадите нешто што није часно, отворено и поштено и о чему не бисте волели да новине или телевизија извештавају

ПРИНЦИП ВЕРСКЕ ЗАПОВЕСТИ – никад не треба да предузимате акцију која је безобзирна или која не доприноси осећању заједништва

ПРИНЦИП ДРЖАВНИХ ПРАВИЛА – никад не треба да предузимате било какву акцију која је у супротности са законом јер закон представља минимални морални стандард

ПРИНЦИП УТИЛИТАРИЗМА – никад не треба да предузимате било какву акцију која неће резултирати већим друштвеним добром

ПРИНЦИП ПРАВА ПОЈЕДИНЦА – никад не треба да предузимате акцију којом бисте нарушили договорена права других људи

ПРИНЦИП ДИСТРИБУТИВНЕ ПРАВДЕ – никад не треба да предузимате било какву акцију којом бисте оштетили најугроженије међу нама: сиромашне, необразоване, незапослене

Многе организације које воде рачуна о етици то чине кроз процес који укључује три фазе:

- **Развој етичког кодекса** – представља углавном формалне и писане документе у којима су садржани најважнији етички стандарди који треба да усмеравају понашање запослених. Они су посебно битни за поједина професионална занимања као што су: инжињери, лекари, правници, рачуновође, ревизори, професори итд
- **Креирање етичког комитета** – у процесу подизања и одржавања етичких стандарда и понашања врло значајну улогу могу одиграти топ менаџери. Они су често узор за ниже нивое менаџмента и за запослене
- **Развој програма за тренинг** – етички тренинг помаже људима да боље схвате стандарде и благовремено прилагоде своје понашање. Ова фаза је најтежа и критична у постизању високог етичког окружења у организацији. Оријентација програма ја ка давању критеријума који се могу користити у конкретним случајевима

КОРАЦИ ЕТИЧКОГ ОДЛУЧИВАЊА

- СЕЛЕКЦЈА И ЗАПОШЉАВАЊЕ ПОШТЕНИХ РАДНИКА
- ДЕФИНИСАЊЕ ЕТИЧКОГ КОДЕКСА
- ОБУКА О ЕТИЦИ
- СТВАРАЊЕ ЕТИЧКЕ КУЛТУРЕ

Селекција и запошљавање поштених радника

Тест интегритета

- **Отворени тест интегритета** – кандидату се директно постављају питања што осећају или мисле о крађи или кажњавању непримерног понашања
- **Тест интегритета заснован на личности** – индиректно процењивање поштених кандидата кроз мерење њихових психолошких карактеристика (нпр. поузданост и савесност)

Етички кодекс

Дефинише етичке стандарде и правила понашања запослених

Омогућава запосленима да одбију извршење неетичких акција и да дефинишу границе прихватљивог и неприхватљивог понашања

Упућује запослене како да своје понашање прилагоде радном окружењу у складу са моралним и професионалним нормама

Етичко понашање и поштовање етичког кодекса = једна од основних компоненти стицања корпоративног имиџа

Структура етичког кодекса

ОПШТЕ ОДРЕДБЕ

- Нормирање (шта је кодекс) и актери (на кога се односи)
- Сврха кодекса

ПОСЕБНЕ ОДРЕДБЕ

- Изглед и понашање запослених
- Стандарди радне дисциплине
- Стандарди комуникације
- Односи с јавношћу
- Пословна етика – лојалност, поверљивост...

Обука о етици

Три основна циља

- да развије свест запослених о етици
- да се запослени увере у веродостојност етичког програма
- да запослени усвоје практичан модел етичког одлучивања

Модел етичког одлучивања

Утврдити проблем

Одредити ко су заинтересоване стране

Поставити дијагнозу ситуације

Анализирати своје опције

Направите избор

Предузмите акцију

Етичка култура

- Менаџери поступају етички – одржавају заједничке вредности и постављају правила понашања
- Топ менаџери активно учествују у етичком програму организације и њему су посвећени
- Увођење система пријављивања који подстиче менаџере и запослене да пријављују могуће етичке прекршаје
- Манаџмент правично и доследно кажњава оне који не поштују етички кодекс организације

Пословна етика ⇒ присутна у усменом или писаном пословном комуницирању, комуницирању између пословних партнера. За пословну етику су од облика

Од усменог пословног комуницирања – посебно значајни пословни сусрети као формално организовани скупови пословних партнера

Правила пословне комуникације у пословним контактима да би се остварила успешна пословна сарадња:

- **људско достојанство –сачувати и уважавати**
- **начин обраћања – подразумева љубазност и учтивост**
- **начин комуникације –укључује умеће слушања и стил опхођења**
- **коректна критика – упућена са стилем, мора бити аргументована и не сме бити усмерена против личности**
- **похвала, унапређење, самодисциплина, спремност на одговорност, поверење, константна размена мишљења итд.**



Срж сваког менаџерског посла ⇒ етичке дилеме и недоумице са којима се менаџери у својој каријери сусрећу

Одступања од етичких норми – све израженија, а моралне дилеме – све чешће

Карактеристична подручја у којима долази до најчешћих одступања од етичких норми:

КОРУПЦИЈА, ИНДУСТРИЈСКЕ КРАЂЕ И ШПИЈУНАЖА, КОНФЛИКТИ ИНТЕРЕСА, ЗЛОУПОТРЕБА МЕДИЈА, ТАЈНИ ДОГОВОРИ, ПРЕВАРЕ И ДРУГЕ ПОЈАВЕ ВЕЗАНЕ ЗА САВРЕМЕНИ РАЗВОЈ ДРУШТВА КАО ШТО СУ ДИСКРИМИНАЦИЈА И КУЛТУРНЕ РАЗЛИЧИТОСТИ

ДРУШТВЕНА ОДГОВОРНОСТ

= обавеза предузећа да следи политику, доноси одлуке и предузима акције које доносе корист друштву

Два основна става друштвене одговорности:

- **класичан и**
- **друштвено-економски**

Класичан став

Једина друштвена одговорност менаџмента = максимизирање профита

Главних заговорника овог става је Милтон Фридман (добитник Нобелове награде), који сматра да је примарна одговорност менаџера да воде посао у најбољем интересу акционара

Фридман тврди да акционари имају само једну бригу: финансијску добит. Сваки пут када менаџери одлуче да потроше средства организације за „друштвену добробит”, они тиме повећавају трошкове пословања. Ти трошкови морају да пређу или на потрошаче кроз више цене или на акционаре преко ниже добити у виду дивиденди. По њему обим друштвене одговорности организације своди се на остваривање њеног профита у корист акционара

Друштвено-економски став

Полази од тога да друштвена одговорност менаџмента превазилази оквире остваривања профита и укључује заштиту и побољшање друштвене добробити

Такво мишљење заснива се на веровању да корпорације нису независни субјекти одговорни само акционарима, већ оне имају и одговорност према ширем друштву које одобрава њихово стварање кроз различите законе и прописе и подржава их кроз куповину њихових производа и услуга

Поборници овог става верују да пословне организације нису само економске институције. Друштво очекује и подстиче корпорације да се укључе у друштвене, економске, политичке и правне токове

Дефинисање друштвене одговорности

Два слична концепта друштвеној одговорности: друштвена обавеза и друштвена свест

- **Друштвена обавеза** = обавеза организације да испуни своје економске и законске одговорности. Организација ради само оно што је њена обавеза (класичан став друштвене одговорности)
- **Друштвена свест** = способност организације да се прилагоди променљивим друштвеним условима. Друштвено свесна организација придржава се друштвених норми и иступа на начин на који то чини због своје жеље да задовољи неке популарне друштвене потребе

Друштвену одговорности дефинишемо као друштвену обавезу, изван онога што прописују закон и привреда; она треба да тежи дугорочним циљевима који су добри за друштво; подразумева да организације одреде шта је добро, а шта лоше, да донесу одлуке које су етички мотивисане

Корпоративне друштвене иницијативе

Најважније активности које корпорација предузима да би подржала друштвене циљеве и испунила обавезе у оквиру своје друштвене одговорности

Шест друштвених иницијатива савременог предузећа

- Промовисање друштвених циљева
- Маркетинг повезан са друштвеним циљевима
- Корпоративни друштвени маркетинг
- Корпоративна филантропија
- Волонтерски рад за заједницу
- Друштвено одговорне пословне праксе

ВИРТУС награда за корпоративну филантропију

Корпоративна филантропија је директан прилог компаније у некој хуманитарној акцији или друштвеном циљу, најчешће у облику бесповратне новчане помоћи, донација и/или услуга у натури

Типични филантропски програми су: обезбеђење новчаних донација, давање бесповратне помоћи, стипендирање, поклањање производа или услуга, обезбеђење стручног знања, омогућавање коришћења капацитета и дистрибутивних канала, давање на употребу опреме и др.

Компаније од учешћа у филантропским активностима могу имати следеће користи: стицање угледа и изградња имиџа, повећање продуктивности компаније, проширење тржишта и обезбеђивање радне снаге...

ТРАГ = највећа домаћа фондације, који подстиче људе да се активно укључе у побољшање живота у местима у којима живе. Они верују да су и мале промене на боље важне и да свако може да им допринесе

Присутна је у Србији од 1999. године, најпре као британска добротворна организација, а од 2004. године као домаћа фондација. До јуна 2013. године Траг фондација радила је под именом Балкански фонд за локалне иницијативе (BCIF)


Фонд је покренуо систематичну кампању за оживљавање и реафирмацију филантропских идеја и ставова у нашем друштву низом активности и програма са намером да давање за опште добро поново постане свакодневни и уобичајени део наших живота, а награда је једна од најзначајнијих иницијатива у овом правцу
Сваке године (од 22.11.2007.) додељује се ВИРТУС награда за корпоративну филантропију.

Сваке године (од 22.11.2007.) додељује се ВИРТУС награда за корпоративну филантропију

Сврха: препознавање и јавно истицање компанија и предузећа која својом материјалном и финансијском подршком дају најбољи пример другима и постављају стандарде којима би требало тежити у свету одговорног пословања

Један од циљева: промовисање и стимулисање филантропију у нашој земљи како би се што већи број компанија и предузетника, али и појединаца, у будућности укључио у сличне корисне програме или акције





MAGDALENA BLAGOJEVIĆ
2 godine čeka na

NAJVAŽNIJI POZIV ZA TRANSPLANTACIJU BUBREGA

PODRŽI NOVI ZAKON O TRANSPLANTACIJI ORGANA

НАЈВАЖНИЈИ ПОЗИВ У ЖИВОТУ

У жељи да помогне друштву и институцијама, Хемофарм Фондација се, пре скоро две године укључила у кампању подршке националном програму донирања и трансплантације органа



СВИМ СРЦЕМ за „Чеп за хендикеп“

Хемофарм Фондација свим срцем је подржала акцију „Чеп за хендикеп“ Удружења параплегичара и квадриплегичара Баната из Зрењанина



ДИГИТАЛНИ МАМОГРАФ И ВАУЧЕРИ ЗА ПРЕГЛЕДЕ

Тумори дојке су веома учестали. На жалост, у Србији свака 12. жена оболи, а годишње око 1.500 жена умре од ове болести



СЕКВЕНАТОР ЗА ТЕСТИРАЊЕ ГЕНА РАКА

Хемофарм Фондација у сарадњи са Фондацијом ЊКВ Катарине Карађорђевић и Астра Зенеке уручила је Институту за онкологију и радиологију Србије вредан апарат за тестирање гена рака



ПРВА ЖЕНСКА ЕКСПЕДИЦИЈА НА ХИМАЛАЈИМА

Хемофарм Фондација подржала је прву женску експедицију из Србије у походу на врх Тарпу Чули висине 5.663 м



ПОЗОРИШТЕ „БОШКО БУХА“

Позориште „Бошко Буха“ најстарије је дечије позориште у Србији. Због лошег стања инфраструктуре постало је небезбедно за извођење представа, а представе су извођене на различитим локацијама у граду



ИСТРАЖИВАЊЕ О СРЕЋИ

Јака породица је најважнија за срећу, закључак је истраживања: „Срећа и породице са децом у Србији“, које је спровео УНИЦЕФ у сарадњи са Хемофарм Фондацијом

Daruj za budućnost!



Pozivamo vas da zajedno uspostavimo prvu finansijsku zadužbinu u regionu za razvoj lokalnih zajednica.

**Uz vašu podršku,
zajedno stižemo do cilja!**



ПИТАЊА???