



# **ЕТИКА И ДРУШТВЕНА ОДГОВОРНОСТ**

# ЕТИКА



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

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

Наведене дефиниције етике упућују на следеће:

- етику имају људи, а не организације
- етичко понашање се разликује од особе до особе
- етика је релативна, а не апсолутна

# 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

# 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:

- угрожавање продуктивности
- угрожавање имовине
- интерна крађа
- политички преступ
- агресивност

## 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)

## Смернице за организације Америчке комисије за казнену политику (1)

Дефинисане од 1991. године; компаније могу да буду судски гоњене и кажњене чак и ако менаџмент не зна за неетично понашање

Казне могу да буду врло високе (максималне новчане казне достижу износ до 300 милиона долара)

Амандман усвојен 2004. године дефинише много строже захтеве везане за обуку у етици и истиче потребу за стварањем организационе културе која вреднује законито и етично понашање

Смерницама су обухваћени сви типови предузећа ⇒ свака организација која може да се окарактерише као пословни ентитет

Смернице се односе на прекршаје дефинисане федералним законом: задирање у приватност, фиксирање цена, царински прекршаји, кршење антимонополских закона, крађа, прање новца, сукоб интереса, проневера, трговање украденим робом, кршење ауторских права, изнуђивање, ...

## Смернице за организације Америчке комисије за казнену политику (2)

Закон је заснован на принципу „штап и шаргерепа“; штап се односи на претњу високим новчаним казнама, а шаргерепа на знатно смањењу казну ако је компанија показује иницијативу предузимајући кораке којима подстиче етично понашање или самоиницијативно разоткривају незаконите активности федералним властима

За компаније је важно да уведу програм усаглашавања са државним прописима

Одредила је нивое прекршаја (од 6 или мање до 38 или више), основне казне (5.000-72.500.000\$), казнене коефицијенте (0,05-4,0) и могуће укупне новчане казне за организације

- 6 или мање – основна новчана казна 5.000 долара (250-20.000\$)
- 38 или више – основна новчана казна 72.500.000\$ (3.625.000-290.000.000)



# 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

Степен забринутости коју дато етичко питање изазива

Фактори 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

Фазе моралног развоја (Лоренс Колберг)

**ПРЕКОНВЕНЦИОНАЛНИ НИВО** – 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** – 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** – 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

Седам принципа етичног одлучивања (проф. Лару Хосмер)

**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

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: инжењери, 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

# ДРУШТВЕНА ОДГОВОРНОСТ

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

Два основна става друштвене одговорности:

- класичан
- друштвено-економски



## Класичан став

Једина друштвена одговорност менаџмента =  
максимизирање профита

Главни заговорник овог става Милтон Фридман (економиста и добитник Нобелове награде), 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

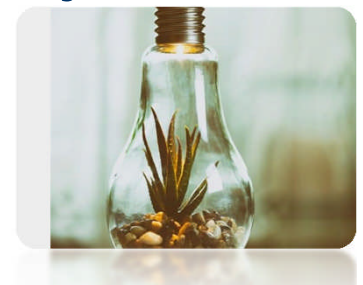


## Друштвено-економски став

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

Концепти слични друштвеној одговорности:

- **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 одговорност** 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

## Облици друштвене одговорности

- **Економска одговорност** – очекивање да ће организација остварити профит производећи вредне производе или услуге
- **Правна одговорност** – друштвена одговорност организације да поштује државне законе и прописе док покушава да испуни своје економске одговорности
- **Етичка одговорност** – друштвена одговорност организације да својим пословним активностима не крши прихваћене принципе који дефинишу шта је исправно, а шта погрешно
- **Дискрециона одговорност** – очекивање да ће организација добровољно обављати друштвену улогу која превазилази њене економске, правне и етичке одговорности



## 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** – 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: 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

**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



**ПИТАЊА???**

