



POSLOVNA ETIKA

mr Dragana Ćirović
dcirovic@ucg.ac.me
 (termin konsultacija: srijeda, 10:00h – 11:30h, kabinet 416 (IV sprat))

Informacije o predmetu i načinima polaganja ispita

- **Ciljevi i ishodi izučavanja predmeta:**
 - Prepoznavanje značaja etike u poslovanju;
 - Upoznavanje sa osnovama poslovne etike;
 - Razlikovanje etičkih pristupa poslovanju (agenti, akcije, koristi);
 - Praćenje razvoja univerzalnih poslovnih normi;
 - Upoznavanje sa etičkom ulogom formalnih pravila;
 - Upoznavanje sa etičkom ulogom neformalnih pravila (običaji, praksa...)



Informacije o predmetu i plan rada

- **Struktura predmeta:**
- Kolokvijum – max 40 poena (predloženi datumi održavanja: 28.11. i 12.12.);
- Aktivnost na časovima – max 20 poena; (10p predavanja + 10p vježbe)
- Istraživački rad – max 10 poena;
- Završni ispit – max 30 poena;



Informacije o predmetu i plan rada

- **Predložena literatura:**
- Business ethics – Andrew Crane i Dirk Matten, Oxford University Press;
- Poslovna etika – Milovan Vuković, Danijela Voza i Aleksandra Vuković, Univerzitet u Beogradu, Tehnički fakultet Bor; dostupno online na: <https://www.menadzment.tfbor.bg.ac.rs/wp-content/uploads/2020/04/Poslovna-etika-udzbenik.pdf>



Informacije o predmetu i plan rada

■ Istraživački rad:

- Istraživački rad studenti mogu raditi u grupi 3-4 studenata
- Samostalan izbor teme (npr. "Uticaj etičkih normi na razvoj i cijelje kompanije", "Uloga i značaj etičkih normi u procesu zapošljavanja", "Poštovanje prava zaposlenih na radnom mjestu", "Vođstvo sa integritetom", "Mobing i etika unutar preduzeća" itd.);
- Svaka grupa izrađuje upitnik shodno prijavljenoj temi
- Na osnovu upitnika sprovodi se istraživanje zaposlenih i menadžera u kompaniji (anketiranih kompanija mora biti najmanje onoliko koliko ima studenata u grupi; ukupan broj ispitanika mora biti najmanje 25);
- Svaki student je dužan da dostavi potvrdu o sprovedenom istraživanju (forma potvrde biće unaprijed dostupna studentima);

Informacije o predmetu i plan rada

■ Istraživački rad:

- Potvrda će se smatrati validnom ukoliko je potpisana od strane ovlaštenog lica u preduzeću i pečatirana zvaničnim pečatom preduzeća.
- Prijava za izradu seminarskog rada se vrši slanjem mejla na adresu dcirovic@ucg.ac.me **najkasnije do petka, 11.10.2024. do 13:00h;**
- U mejlu je potrebno navesti **ime, prezime i broj indeksa i naziv studijskog programa** za svakog člana grupe, kao i predlog teme istraživanja;
- Istraživački rad se predaje slanjem PowerPoint prezentacije, upitnika koji je korišćen u svrhe istraživanja i potvrda dobijenih od kompanija na mejl dcirovic@ucg.ac.me **najkasnije do petka, 22.11.2024.**

Informacije o predmetu i plan rada

Potencijalne teme za istraživački rad:

1. Etičnost donošenja poslovnih odluka u preduzeću
2. Etika u marketingu
3. Etika i zloupotreba poslovnih resursa
4. Etika u postupku zapošljavanja
5. Etika u menadžmentu ljudskih resursa
6. Primjena načela korporativne društvene odgovornosti od strane odabranih preduzeća
7. Etička obuka zaposlenih
8. Etički izazovi u poslovanju
9. Uticaj poslovne etike na zadovoljstvo zaposlenih
10. Poslovna etika i lojalnost zaposlenih
11. Uticaj korporativne etike na motivaciju zaposlenih
12. Poslovna etika i stres na radnom mjestu
13. Neetične poslovne prakse i moralni konflikt zaposlenih
14. Uticaj poslovne etike na privlačenje i zadržavanje talenata
15. Poslovna etika i psihološki ugovor zaposlenih
16. Etika u kompenzacijama i njen uticaj na motivaciju
17. Uticaj neetičnog ponašanja na reputaciju zaposlenih u kompaniji
18. Uloga etičkog kodeksa u smanjenju sukoba na radnom mjestu
19. Etičke dileme u radu sa klijentima/kupcima
20. Poslovna etika i pravednost u napredovanju zaposlenih
21. Uticaj poslovne etike na otpornost firme tokom kriza
22. Uticaj etičkih standarda na internu komunikaciju
23. **Tema odabrana samostalnim izborom studenata**

Informacije o predmetu i plan rada

■ Istraživački rad:

- Studenti će svoje istraživačke radove izlagati u 28.11.2024.
- Svaki član grupe dužan je da uzme učešće u izlaganju rada (u suprotnom, može ostvariti najviše ½ poena sa kojima je ocijenjena dostavljena PowerPoint prezentacija);
- Izlaganje istraživačkih radova može trajati najmanje 8, a najviše 12 minuta; studenti su dužni da se pridržavaju navedenog ograničenja vremena!



Etika i poslovanje

Uvod u središnje etičke teorije

Dragana Ćirović



Metode i predmet etike

- Šta je etika?
- Znanost koja se bavi ljudskim djelovanjem i karakterom
- Predmet etike – moral i moralna obilježja čovjekovog djelovanja
- Šta je moral?
- Praktična filozofska disciplina

Moral je izraz koji se koristi za označavanje onih postupaka i djelatnosti čija je ispravnost ili pogrešnost od značaja; pravila koja vladaju tim djelatnostima; i vrijednosti koje te djelatnosti i postupci usaduju, njeguju i primjenjuju.



Metode i predmet etike

- Korijeni etičko-moralnog učenja datiraju još iz antičkog doba
- Različito poimanje morala i etike:
 - *Religijski sistem* - vezan za Isusa i Buda, ističe u prvi plan tzv. ženske" vrline (ljubav, milosrđe, nadu i sl.);
 - *Makijaveli i Niče* – akcenat na tzv. muškim" vrlinama i nejednakosti među ljudima; (herojski moral, borba, vlast, moć i sl.);
 - *Sokrat, Platon i Aristotel* - zagovornici trećeg etičko-moralnog sistema koji, iako naginje muškom principu", ističe opštu primjenjivost muških i ženskih vrline – „jedino čovek razuma u određenim uslovima može biti okrenut ljubavi i moći"



Elementi morala

- **Moralna norma** – nepisana pravila ponašanja prema kojima se razlikuje dobro i loše, humano i nehumano...
- **Moralni sud** – ocjena postupka pojedinca sa aspekta: a) ocjene moralne vrijednosti samog postupka i b) ocjene motiva takvog postupka;
- **Moralne sankcije** – unutrašnje tj. lične (griza savijesti, želja za samokažnjavanjem, osjećanje samopreziira i sl.) i spoljašnje tj. društvene (izolacija, prezir, podsmijeh, omalovažavanje itd.).



Formiranje morala

- **Stvaranje morala** - dugoročan, najčešće neorganizovan, samonikli, pa i stihijski proces koji ponekad vijekovima traje;
- **Širenje morala** - aktivno širenje morala koje predstavlja organizovano djelovanje nosilaca morala jednog društva (ili grupe) putem propagiranja, propovedanja i nametanja svog morala drugim društvenim grupama; pasivno širenje morala je vezano za sticaj specifičnih društvenih okolnosti koje se odražavaju na usvajanje moralnih normi jednih od drugih društvenih grupa.
- **Nasleđivanje morala** - prenošenje već stvorenog morala na nove generacije

Moral je usvojen onda kada društvena grupa stekne svijest o obaveznosti primjene ponuđenih moralnih normi

Izvori morala - počeci etike

- Moralni sukobi
- Antropološka otkrića o moralu – drugačiji moralni sistemi u različitim društvenim zajednicama
- Religije i etika – božanstvo izvor moralnih pravila
- Nepovijesni izvori morala

Zajednica Bušmana u središnjoj Kalahara pustinji

Lav je na neobičan način napao jednog lovca iz grupe. Ostali isprva nisu učinili ništa kako bi pomogli svom prijatelju. Zašto? Je li njihov postupak nemoralan?



Osnovne podjele u etici



Deskriptivna (opisna)

- Opis moralnog ponašanja ljudi
- Nastoji pronaći izvore morala
- Opis konkretnih moralnih sistema
- Izbjegava davanje normativnih stavova (kako se ponašati u datoj situaciji)

Normativna (preskriptivna)

- Filozofska etika – filozofija morala
- Traga za odgovorom na pitanje „kako bi trebalo biti?“
- Izgradnja novih moralnih sistema
- Univerzalna „rešenja“
- Objektivnost

Da li je moguće opisivati moralnu stvarnost bez rasprave o naravi normativnog?

Razvoj poslovne etike

- Razvoj poslovne etike odvijao se u skladu sa razvojem društva
- Pedesetih godina XX vijeka – dehumanizacija radne snage, sporazumno određivanje cijena između kompanija, nezakonita prodaja...
- Šezdesetih godina – rat u Vijetnamu, pitanja političke i vojne agresivnosti, zaštita životne sredine, problem nuklearnog i toksičnog otpada, poslovna ravnoteža u multinacionalnim kompanijama...
- Sedamdesetih godina – problemi podmičivanja, umješanost politike u poslovanje, jačanje pokreta potrošača, angažovanost medija...
- Osamdesetih godina – orijentacija na kulturne različitosti i njihov uticaj na poslovanje kompanija; učestala pojava akvizicija i propasti velikih kompanija naglašavaju probleme lične pohlepe i nepoštenja rukovodilaca.

Razvoj poslovne etike

- Devedesetih godina – velika ekonomska kriza, smanjenje broja zaposlenih, multinacionalizam u preduzećima, zastarijevanje tradicionalnih načina poslovanja, depersonalizacija rada...
- Poslovna etika Zapada je od svog nastanka 70ih godina bila opterećena pitanjima etičkog ponašanja menadžera
- Stav da tržište treba da bude mjerilo uspjehnosti svake firme i da će ono, kao takvo, nagraditi etičko poslovanje.



Pitanje moralnog relativizma i subjektivizma

- Relativizam – etičko stajalište po kome su moralne tvrdnje istinite samo u odnosu na neki standard ili okvir
- Subjektivizam – subjektivno mišljenje u konačnici određuje šta je moralno a šta nije.

Argumenti protiv moralnog relativizma:

- Ne postoji jedan „pravi“ moral
- Moralni standardi nemaju nikakvo dalje opravdanje
- Moralni standardi koje donosi kultura nemaju dovoljnu snagu da osiguraju njihovu primjenu
- U načelu, bilo šta može biti moralni standard



Predmet poslovne etike

- Uticaj korporativne kulture na poslovnu etiku
- Uticaj opšte kulture na poslovnu etiku
- Uticaj poslovnog kodeksa tj. poslovnog bontona

Etika kao teorijska, normativna i praktično-normativna disciplina

Poslovni moral – skup nepisanih opštih, za pojedinca karakterističnih moralnih normi koje određuju njegovo ponašanje u svim poslovnim odnosima



