



Виолета ЈОВАНОВИЋ

Факултет за менаџмент
Зајечар

КОНТАКТ: violeta.jovanovic@fmz.edu.rs

УДК: 316.644-057.875:174(497.11)»2019/2020»

005:[616.98:578.834(497.11)»2019/2020»

Врста рада:
ПРЕТХОДНО САОПШТЕЊЕ

Примљен: 11. 2. 2021. ✓
Прихваћен: 17. 3. 2021. ✓

АНАЛИЗА СТАВОВА СТУДЕНАТА МЕНАЏМЕНТА О УЛОЗИ ПОСЛОВНЕ ЕТИКЕ У ПОСЛОВАЊУ ПРЕДУЗЕЋА ТОКОМ ПАНДЕМИЈЕ КОВИДА 19

Апстракт: Пословна етика је постала незамењив део пословне праксе, а дугорочно посматрано, и предуслов успешног пословања. Неетичко пословање може нашкодити угледу организације, што може бити узрок великог броја негативних последица за организацију. Етика као кључни елемент успешног пословања треба да омогућава пружање истинитих информација, као и коректан и поштен однос организације према стејкхолдерима, друштвеној заједници и околини у којој послује. Остваривање ових циљева је за велики број организација био изазов и у условима пословања пре пандемије ковида 19, а нарочито се повећао током ове пандемије. За стварање етичке културе организације најважније је вођство, тј. лидерство или менаџмент. Зато је веома важно да се код будућих менаџера развије свест о значају пословне етике за пословање организације, као и свест о етичком одлучивању у условима ризика и великих криза, као што је случај са пандемијом. У раду је извршена анализа ставова студената менаџмента, као будућих менаџера, о улози пословне етике у пословању организације током пандемије ковида 19. Резултати истраживања су показали да код студената постоји свест о значају пословне етике, али не подједнако о свим сегментима које она обухвата.

Кључне речи: СТАВОВИ, СТУДЕНТИ, ПОСЛОВНА ЕТИКА, ПРИВРЕДНО ДРУШТВО, ПАНДЕМИЈА, КОВИД 19.



Увод

Пословна етика као област примењене етике привлачи пажњу многих теоретичара, крајем XX века. Настала је као посебна научна област шездесетих година XX века. На њен развој умногоме је утицала индустријска револуција. Индустријски развој је допринео да пословна етика доживи велико интересовање, због кога су се основале и отварале посебне школе које су пружале шансу за усавршавањем у овој области.

Томе је највише допринела смена односа, заправо се са индустријским променама, појавио потпуно нови концепт управљања, који су примењивали нови руководиоци или тзв. буржујски менаџери (Блажон, 2015).

Према Цвијановићу и сарадницима, постојало је неколико мотива за развој пословне етике и њену примену. Као основни мотив се наводи раст потребе и примене технологије.

Својим развојем и потребом људи за њеном применом, допринела је да се ситуација у пословном окружењу закомпликује. Већ учињене грешке су се још чешће понављале и самим тим отежале пословне околности што је оставило тешке последице на само пословање (Цвијановић и сар. 2012).

Пословна етика се односи на људе и њихову структуру личности, она се бави анализом деловања појединца приликом доношења одлука или анализом начина на који повлачи пословне потезе, такође проучава међуљудске односе у самом привредном субјекту и целој пословној средини. Дакле, пословна етика има фокус на појединца као чиниоца великог привредног система и његовог деловања у том систему, и као таква бави се испитивањем његове моралности.

Оно што се од пословне етике очекује није само пружање могућности за лакше схватање етичког кодекса, норми и правила, већ и њихова имплементација у свакодневним пословним активностима. То се односи на начин решавања пословног проблема или остваривања одређеног циља и способности и спремности да се сноси одговорност у случају њиховог нерешавања и неостваривања.

Пословна етика се гради на такав начин да њено проучавање и примена започне са ставом поверења а свака акција и деловање базира на честитости и толерантности уз труд да се сваки процес који се започне изврши на што је могуће исправнији начин. Познавањем пословне етике и њеном применом у

пословним системима пружа се могућност за остварење лакше интеграције на тржишту, као и могућност решавања постојећих проблема уз лакше разумевање пословних ситуација, што такође олакшава остваривање дефинисаних пословних циљева.

Пословна етика још више добија на значају током пандемије ковида 19. Ова криза је девастирала економију и зауставила цео свет, не заобишавши при том ни један сегмент људског постојања. Тренутно је немогуће сагледати колико ће ова криза трајати, али оно што је извесно је да је променила начин пословања, рад у компанијама, свакодневни живот људи и њихово понашање и деловање. Може се рећи да је променила и функционисање држава у целини. Све ово захтева да се људи суоче са сопственим поступцима, да су свесни последица сопственог понашања и деловања. Људи морају доносити одлуке о којима никада раније нису размишљали. Ово се односи на све, почев од појединаца, преко менаџера, власника фирми, запослених у здравству, просвети, привреди, осигурању, туризму, па све до високих државних функционера. У оваквим случајевима етичка разматрања могу пружити велику потпору ефикасном одлучивању.

Примена пословне етике у пословању привредног субјекта

Креирање јединствене визије је оно од чега стратешки менаџмент полази како би креирао пословну визију која ће се кроз пословање показати као успешна. Стратешки менаџмент привредног субјекта у своју стратегију доношења одлука укључује остале чланове који чине целину привредног субјекта или њиховог представника који ће изнети мишљења, предлоге и идеје у њихво име, на тај начин пружа се могућност да сви учествују и допринесу успешном решавању постојећих проблема, савладавању ових изазова и доношењу одлука које ће допринети позитивним перформансама привредног субјекта. Таквим приступањем искључује се могућност запостављања чланова колектива или повлачење пословног потеза који може да донесе велики губитак за привредног субјекта. Такође на овај начин се одржава правац пословне оријентације, не одступа се од визије пословања, што се у случајевима када је приступ одлучивања био другачији, дешавало.

Лошом имплементацијом пословне етике долази се до негативних резултата који условавају опстанак самог привредног субјекта на тржишту, док се позитивне стране успешне имплементације манифестују кроз дужи временски период и доприносе константном побољшању пословних перформанси привредног субјекта (Ракић, Адамовић, 2019).



Решавање постављених циљева условљено је жељом за успехом и способношћу прилагођавања привредног субјекта тржишту. Етичко понашање је посебно пожељно на тржишту како би на адекватан начин осталим учесницима била представљена креативност пословања и како би је разумели и уважавали, што пружа више могућности за успостављање стабилности и остваривање напретка.

У савременим условима пословања, примена и промовисање пословне етике се јако уважава и означава параметар квалитетног приступања пословним односима. Некада се пословању приступало другачије, више се тежило максимизирању профита без обзира на утицај у пословној средини који се може извршити применом одређених неетичких поступака.

Данас је ситуација другачија. У пословном систему је дошло до смене генерација и може се рећи да су стари принципи замењени новим. У савременом пословању основни принцип је да се послује на поштен начин као и на принципима пословања који су засновани на поверењу и лојалности. Водећи се овом теоријом многе пословне организације су забележиле пораст пословања и боље резултате. Главни циљ у савременом пословању јесте напредак и ширење пословних активности. Као што је већ наглашено, руководство пословне организације представља пример осталим члановима у њој, они имају задатак да својим члановима пренесу уверења пословне организације коју они представљају, такође имају за циљ да дељене вредности уважавају на тај начин који ће омогућити лакше прилагођавање на тржишту. Исто тако спремни су да награде, мотивишу и уважавају све промене које доприносе етичком начину пословања. Савремено руководство је јако отворено за прихватање иновативних идеја, али исто тако врло ригорозан став имају према пословању које одступа од етичког, па су спремни да такав вид пословања најстроже санкционишу.

Савремени менаџери су велики заговорници етичких принципа и такве заповлене желе у свом систему. Они од својих нових чланова не очекују да поседују само одређене квалификације већ и чврсто изграђен систем вредности, од кога не одступају и способности да остварују међуљудске односе, да прате развој технологије, да имају разумевања за своју околину и да имају изражену еколошку свест. Због тога што своје пословање базирају искључиво на поверењу и квалитету врло су систематични приликом избора, али када неке пруже шансу за сарадњу значи да заиста вреди.

У савременом пословању је поштовање менаџмента према својим запосленима и обрнуто јако заступљено. На основу тог поштовања комуникација у самој пословној средини је јако квалитетна и има утицај на доношење издалансиранијих одлука. Менаџери сматрају да су задовољни запослени оданији, а оданост се огледа у извршавању обавеза у пословном окружењу. Радно окружење које је прилагођено својим запосленима доприноси да они повећају свој утицај.

Може се закључити да успех у пословању остварују оне пословне организације или привредни субјекти чији управљачки тимови имају непрекидну комуникацију са својим члановима пословног система, да су циљеви који су постављени њихови заједнички, и да је процес самог одлучивања чин који се тиче свих чланова пословног система (Миљевић, Џамић, 2011).

Примена пословне етике у савременом пословању је јако актуелна. Пословно окружење формирано је на етичким принципима и усаглашеном применом етичког кодекса, што доприноси повећању шанси да се савладају пословни изазови на прави начин. Као што је већ утврђено да пословна етика није само одраз ставова привредних субјекта, пословних система, организација, већ одраз ставова појединца који се налази на врховној позицији као и свих осталих чланова који чине целину пословног субјекта.

Морално размишљање, етички принципи и ставови нису нешто што се преко ноћи стиче, што имплицира да ако је пословна организација етички настројена а појединац у њој није, он неће постати етичан само зато што је део такве средине, али он има шансу да то постане уколико суштински спозна значај таквог приступа.

Исто тако привредни субјект који се налази у пословном окружењу које своје активности не спроводи на поштен начин и служи се недозвољеним средствима, неће пасти под утицај таквог деловања већ ће настојати да створи заштитну баријеру и тиме обезбедити своје интересе и усмерити своје пословање у жељеном правцу, управо из разлога што схвата суштински значај етичке вредности и на тај начин зна да доноси исправну одлуку.

Пример неетичког пословања, који је обележио 2019. годину, је начин пословања кабловског оператера на територији Србије. Својим приступом пословању кабловски оператер је угрозио Закон о заштити и права потрошача. Наиме, кабловски оператер је својим потрошачима нудио поједине пакете по „промо“ цени, а након потписивања уговора, корисницима су пристизали рачуни који се нису подударали са тарифама које су прописане уговором. Оваквим начином пословања, односно показивањем спремности за превару, овај оператер остварио је губитак поверења корисника и самим тим изгубио могућност напредовања на тржишту, али и привлачење потенцијалних корисника. Овакав скандал нарушава климу целог пословног система, што доводи до ситуације да и други кабловски оператери имају проблем у успостављању поверења са корисницима који су већ били преварени. А са друге стране, имамо организације које се залажу искључиво за етичко пословање и које се стриктно придржавају етичких кодекса, и које у свом пословању наглашавају примену етичких принципа у свим активностима које обављају и да то њима доноси видљиве позитивне резултате.

Кроз неетички приступ кабловског оператера пружа се могућност спознавања штете која је нанета, на практичном примеру. Доведено је у питање цело тржиште зато што такав приступ ствара домино ефекат и утиче на све чиниоце пословног система.



Кроз овакве ситуације, може се потврдити важност етике, јер оне пружају на увид губитке који су настали услед непланираних трошкова изазвани неетичким деловањем. Недостатак моралних норми доводи до погрешне перцепције система вредности што има негативан утицај на све токове пословања. Услед овог недостатка долази до губитка положаја на тржишту и нарушавања пословне репутације. Све наведено указује на чињеницу да је пословна етика, утемељена на чврстим ставовима од којих не треба одступати, неопходна у свим деловима пословног система.

Однос између етике и економије

Основни циљ сваког привредног субјекта је да повећа економску добит на личном нивоу и тиме допринесе развоју привредног система. Начин на који ће побољшати своју економску ситуацију може да буде у складу са законом али не и усаглашен са етичким принципом пословања. У таквој ситуацији долази до стварања дилеме како треба поступити, односно како направити избор акција које ће бити усаглашене и са законом и са етичким принципима.

Треба ли остварење економских интереса да буде важније од саме савести онога који их настоји остварити? На који начин је могуће да се оствари повећање профита а да се притом не оштете интереси и права других привредних субјекта или учесника на тржишту? Одговори на ова питања су увек негде у средини.

Због тога је пословна етика примењена у привредном функционисању, зато што даје смернице како пронаћи адекватан начин за остварење интереса уз поштовање позиција и права осталих учесника на тржишту, кроз решавање пословних проблема фер приступом (Алексић, 2007).

Дилеме са којима се сусрећу доносиоци пословних одлука називају се етичке дилеме, а оне се могу елиминисати искључиво успостављањем чврстог система вредности, који доносиоцу одлука помаже да спозна границу и направи разлику између доброг и лошег поступања (Пушић, 2016).

Када се тек појавила пословна етика није била одобравана, њена примена у пословном свету била је критикована од стране многих представника пословног света, зато што су сматрали да јој није место у пословном систему и да ће да спутава економске токове, што би имало утицаја на ограничавање пословних потеза и значајно би допринело смањењу потенцијалне користи. Економија сама по себи захтева борбени приступ, односно неопходну тежњу за константним опстанком на тржишту и увећањем капитала и општег интереса пословног субјекта. Са друге стране, етика представља оличење

унутрашње свести које се изражава кроз поступке, што значи да ће доћи до одступања од остваривања профита уколико би тим деловањем угрозили на било који начин остале учеснике пословног система. То одступање може да угрози позицију самог привредног субјекта на тржишту и да доведе до потпуног губитка профита.

Пословање које је базирано искључиво на статистици и математици и које за своју основицу користи прорачун било је заступљено у тзв. старој пословној политици коју су користили менаџери 90-их година 19. века, односно оних који нису са одушевљењем прихватили примену пословне етике у економским активностима. Они су својим пословањем допринели оштећењу читавог пословног система, које је оставило велике последице посматрано кроз дужи временски период. Из те штете произашла је потреба за настајањем концепта пословања које ће остваривати профит и користити привредном субјекту за развој али без могућности да тај развој оставља негативне последице на околин у којој се обављају пословне активности.

Овај период се сматра зачетним периодом савременог концепта пословања, који успоставља примену теорије моралног доношења пословних одлука. Инсистира се на пословању које као основицу користи морал (Алексић, 2007).

Савремени или нови концепт пословања фокусиран је на минимизирање трошкова, на пажљивије опхођење са ресурсима и на очување необновљивих ресурса, као и на само улагање у људске ресурсе. У овом концепту су утемељена начела етике која се сматрају основним, а то су пре свега фер однос према свим учесницима пословног система и настојање да се одржавају поштени односи са свим заинтересованим странама, сарадницима, конкуренцијом. Дефинисано је правило да не треба остваривати интересе и циљеве на основу преваре, малверзација или присвајањем туђих пословних идеја. Такође се наглашава значај улагања у квалитет.

Интерес и профит су и даље примарни циљеви свих привредних субјеката, само се применом пословне етике њихово остварење омогућује на суптилнији начин, који ствара потенцијал за напредак целог привредног система (Михајловић, Стојановић, 2010).

Применом етичких начела у пословању ствара се позитивна репутација на тржишту, а то отвара многе могућности пословања, кроз стварање нових партнерстава, проширење производње, развој дистрибуционих канала и пословања на страним тржиштима. Спој етике и економије доприноси лакшем остварењу користи свим учесницима пословног система.



Пословна етика у доба пандемије ковида 19

Доношење етичких пословних одлука било је важно и у условима пословања пре пандемије ковида 19, а са појавом ове кризе и ризицима које она носи, пословна етика све више добија на значају. У свету у ком ништа више не може бити исто десила се опомена која људе треба да суочи са сопственим поступцима и да помогне да се њихова свест о последицама тих поступака повећа.

Ту је етика од суштинског значаја јер је њен циљ да човеку пружи помоћ у његовим обичајима усмереним одлукама (Rohrbach, 2013).

У условима пословања током епидемије јавља се велики број ризика, а појединци, као и они на руководећим местима морају доносити одлуке о којима никада раније нису размишљали. Компаније морају да процене интересе свих стејкхолдера – запослених, добављача, дистрибутера и шире друштвене заједнице. Као и увек, и у овом случају лидери сnose највећу одговорност. Они морају у својим компанијама да обезбеде континуитет пословања, а уколико дође до погоршања перформанси пословања, да се потруде да се исте побољшају. За све то лидерима су неопходне врхунске вештине и способности за управљање ризицима и променама, при чему су од великог значаја и способности етичког одлучивања.

Утицај ковида 19 на глобалну економију вероватно ће бити без преседана од Велике економске кризе тридесетих година прошлог века (Euronews, 2020). Стога пандемија ковида 19 представља једну од најзначајнијих промена у окружењу у савременој историји, која би могла имати дубок утицај на друштвену одговорност предузећа, потрошачку етику и основну маркетиншку филозофију. Краткорочни утицај ковида 19 осећа се одмах, због широко распрострањених глобалних мера закључавања и социјалног дистанцирања.

Како год да ће се пандемија завршити, она ће већ имати дугорочне дубоке економске, социјалне, политичке и културне утицаје (He, Harris, 2020).

Ковид 19 представља изазове организацијама у погледу примене пословне етике и друштвене одговорности. Познато је да су многе компаније широм света покушале да профитирају од ове кризе.

Тако је нпр. у Великој Британији, у циљу сузбијања потенцијалног ширења профитерства, надзорни орган за заштиту конкуренције, тј. Управа за конку-

ренцију и тржиште (СМА/Competition and Markets Authority), основала посебну радну групу за строго кажњавање компанија које профитирају од пандемије надувавањем цена или изношењем обмањујућих тврдњи о производима (Butler, 2020).

Ова криза је неизбежно ставила компаније на тест посвећености етичном пословању и друштвеној одговорности. Постоје тврдње да би финансијска оптерећења, краткорочна и дугорочна, проузрокована избијањем пандемије, могла значајно подстаћи фирме да остваре краткорочне добитке, понекад чак и преварама и недоличним понашањем, и смањити дугорочна улагања у пословну етику и друштвену одговорност.

На срећу, постоје и случајеви где су се многе компаније, не само супротставиле неетичној пословној пракси током ове кризе, већ су се и проактивно бавиле разним друштвено одговорним активностима, посебно онима које могу пружити тренутну помоћ и помоћи борби против вируса. Несумњиво је да тренутна пандемија нуди широк спектар значајних могућности онима који имају пажљивији и проицљивији приступ друштвеној одговорности и етичком пословању. На пример, неке производне компаније трансформисале су своје фабрике у производњу личне заштитне опреме, средстава за дезинфекцију руку и сл. при чему су неке од њих ове производе донирале онима којима је то потребно, уместо да их продају. На овај начин компаније стварају јачи однос са својим купцима и широм јавношћу, јер спровођењем таквих напора у борби против вируса показују да су заиста друштвено одговорни и да брину о својим стејкхолдерима. Потрошачи су поносни на организације које помажу својим запосленима, донирају новац и опрему током кризе. Веза успостављена између брэнда и потрошача током ове кризе може бити значајнија и трајнија него у „мирна“ времена. Стога, пандемија ковида 19 нуди велике могућности компанијама да у своје пословање активно укључе пословну етику и друштвено одговорне праксе. Уједињене нације позвале су на улагање напора на изградњи инклузивнијих и одрживијих економија након ковида 19, које су отпорније на суочавање са глобалним изазовима, као што су пандемије, климатске промене и други (UN.org, 2020).

Ковид 19 је разоткрио нову политичку економију друштвено одговорног и етичког пословања (Crane, Matten, 2021).

С једне стране, ковид 19 је поново усредсредио владе као кључне актере у суочавању са великим изазовима, уместо да се оне сматрају неефикасним по овом питању, како се то често приказује у литератури о друштвено одговорном пословању. С друге стране, јасно је да је друштвена одговорност компанија у пандемији била да делују заједно са владама (и другим актерима) да би се решиле пандемије – не толико добровољним, добротворним делима (мада



су и она играла своју улогу), али запошљавањем (и заштитом) радника, производњом друштвено корисних производа и заштитом њихових заинтересованих страна. Као такав, ковид 19 преиспитује суштинску сврху онога што фирма ради и коју улогу треба да игра у друштву.

Пандемија ковида 19 указује на чињеницу да је потребно истражити како су се различити системи широм света припремили и суочили са изазовима пандемије и која је улога пословне одговорности и етике у тим системима намењена за решавање социјалних захтева и потребе ширег друштва.

Према Родесу и Флемингу, пандемија би нас могла упутити на другачији начин концептуализације приватних предузећа. По њима, пословање представља део друштвеног управљања, а социјалне и политичке одговорности пословања морају бити системски редефинисане (Rhodes and Fleming, 2020).

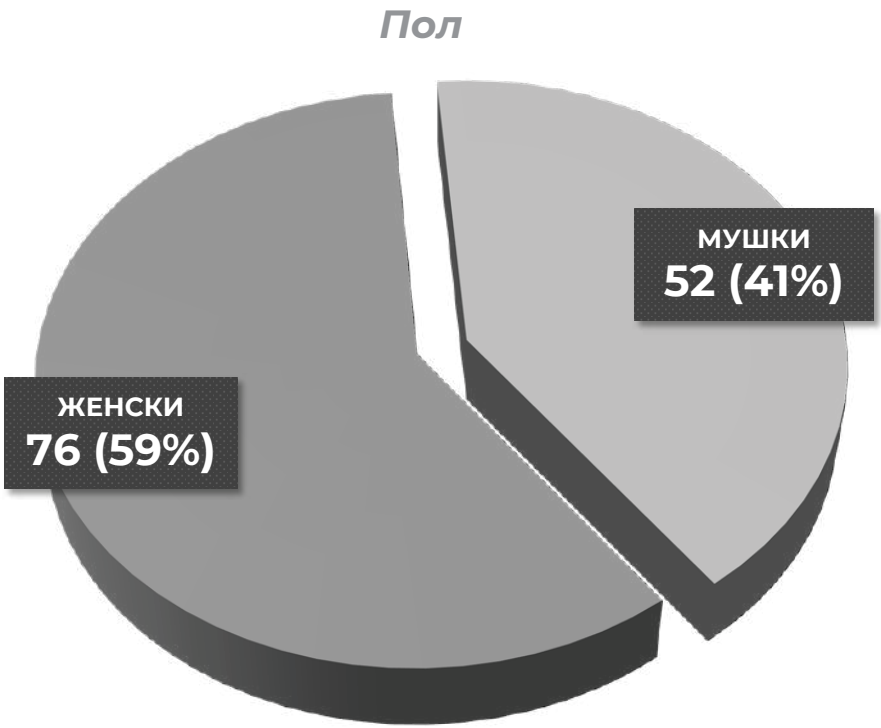
Поента је у томе да се мора ићи даље од етике и друштвене одговорности, и размислити о различитим начинима организовања или новим моделима организација које преусмеравају пословање да истински одговара друштвеним потребама и циљевима (De Bakker i sar., 2020).

Извори података и методе прикупљања

Истраживање је спроведено на Факултету за менаџмент Зајечару у периоду од 01.06. до 30.06.2020. године. У истраживању су учествовали студенти менаџмента са свих година студија, од прве до четврте. Истраживање је спроведено путем анкетног упитника на узорку од 128 испитаника. Упитник се састоји од 15 питања, од којих се прва два питања односе на опште податке, тј. на пол и године студија, након тога следи десет питања која се односе на пословну етику и њен значај за пословање привредних друштава, и на крају питања која обухватају примену етичких принципа у пословању у време пандемије ковида 19. Добијени резултати су интерпретирани у наставку, текстуално и у облику дијаграма.

Анализа резултата истраживања

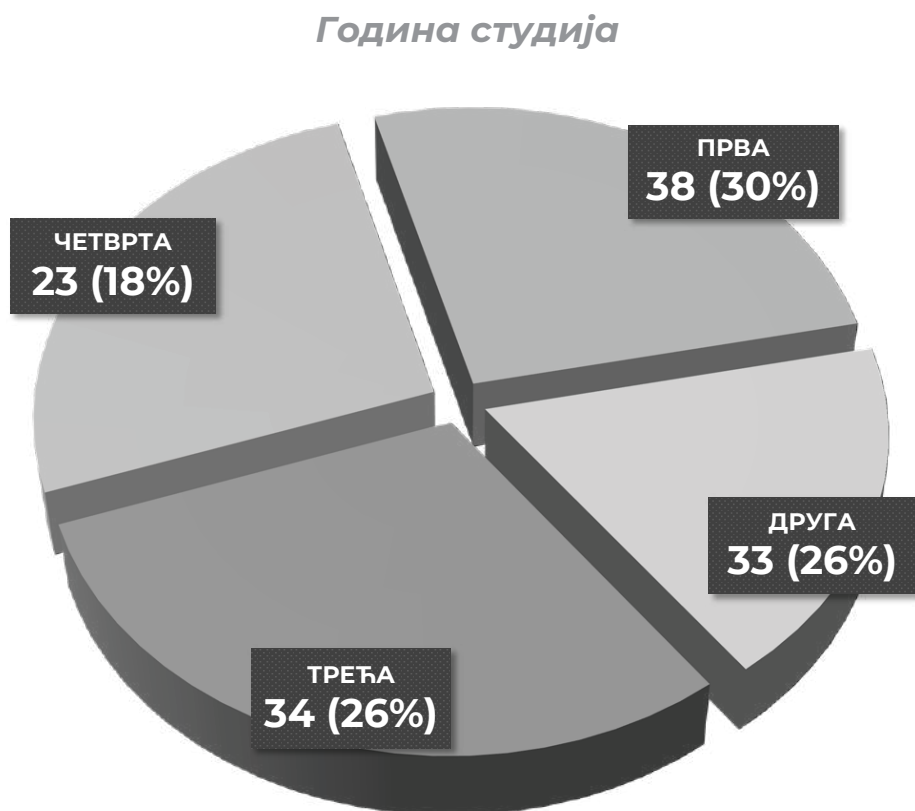
На Слици 1. дат је дијаграм који приказује однос између мушких и женских испитаника. Може се видети да од укупно 128 испитаника, 59%, тј. њих 76 чине испитаници женског рода, а 41%, тј. њих 52 су испитаници мушког пола.



Слика 1: Приказ структуре испитаника према полу

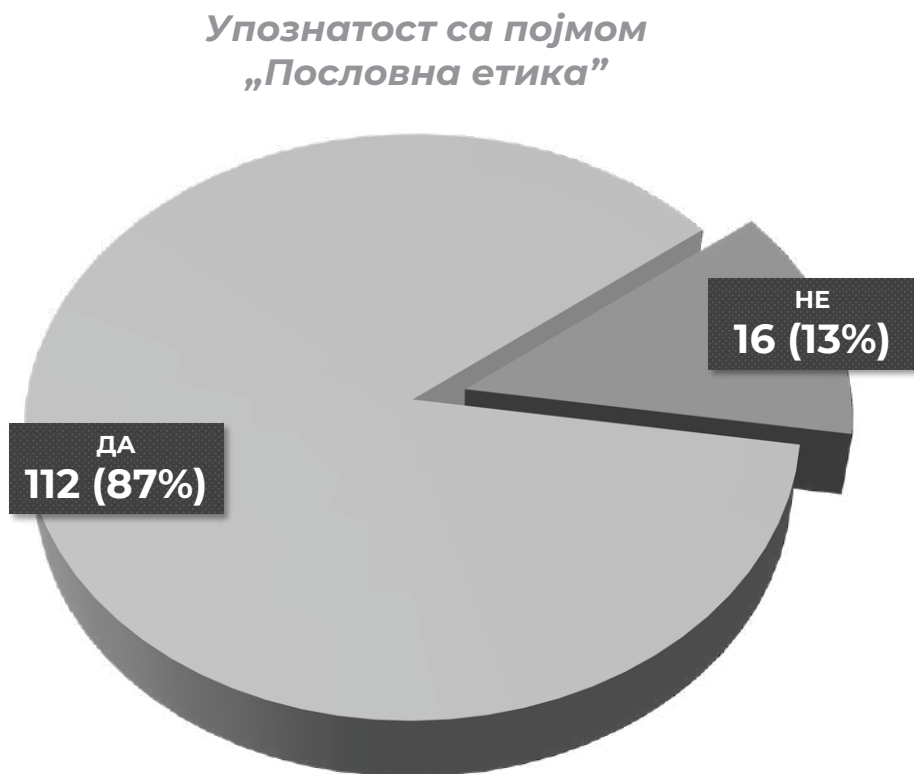


На наредној слици дат је дијаграм који приказује структуру испитаника по годинама студија. Са дијаграма се може видети да је у истраживању учествова-
ло 38 студената менаџмента прве године (30%), 33 са друге године (26%), 34 са
треће (26%) и 23 студената четврте године (18%).



Слика 2: Приказ структуре испитаника по годинама студија

На Слици 3. приказана је структура одговора на питање: „Да ли сте се током образовања сусретали са појмом пословне етике?” Њих 87% је одговорило позитивно, док је 13% рекло да није упознато са појмом пословна етика. Оваква структура одговора је очекивана, јер студенти менаџмента на другој години студија имају предмет „Менаџмент људских ресурса” где се упознају са пословном етиком. На трећој години слушају „Одрживи развој” и „Организацију и управљање предузећем” где се такође обрађује пословна етика. Овај мали проценат студената који није упознат са појмом пословна етика су студенти прве године, и то они студенти који нису као обавезни предмет слушали Социологију.

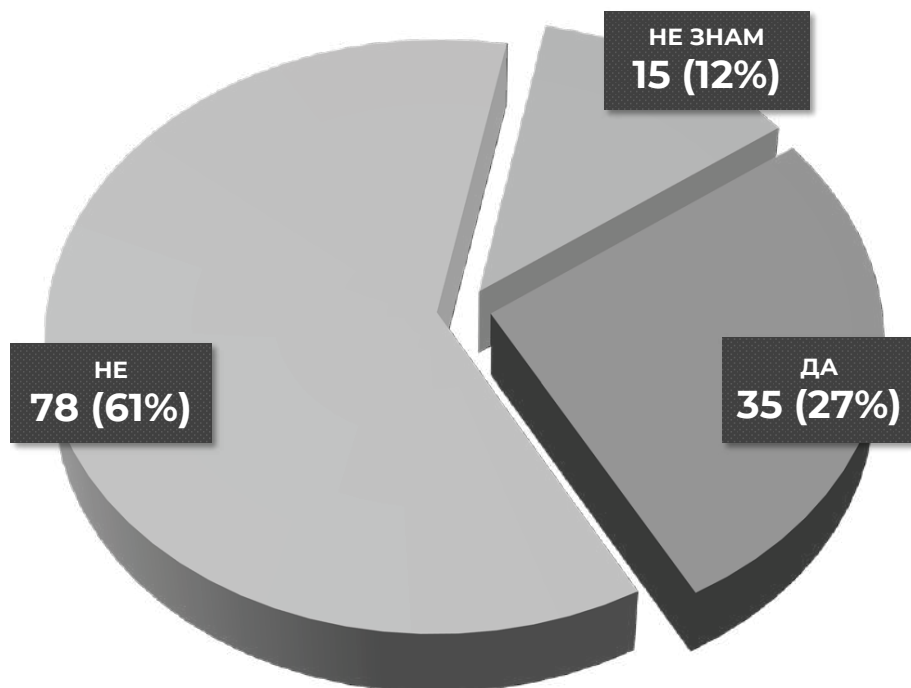


Слика 3: Упознатост са појмом „Пословна етика”



На Слици 4. приказано је мишљење испитаника о примени етичких принципа у пословању привредних друштава у Србији. Значајан проценат студената менаџмента, њих 61%, на основу тога што су видели у пракси, чули или сами доживели, мисли да привредна друштва у Србији не примењују етичке принципе у свом пословању, што је забрињавајуће. Мањи проценат њих (27%) сматра да предузећа (привредна друштва) послују етично, док 12% није имало став о томе. Може се рећи да је овај мали проценат студената који се није изјаснио, заправо представља студенте који не знају конкретно шта пословна етика представља.

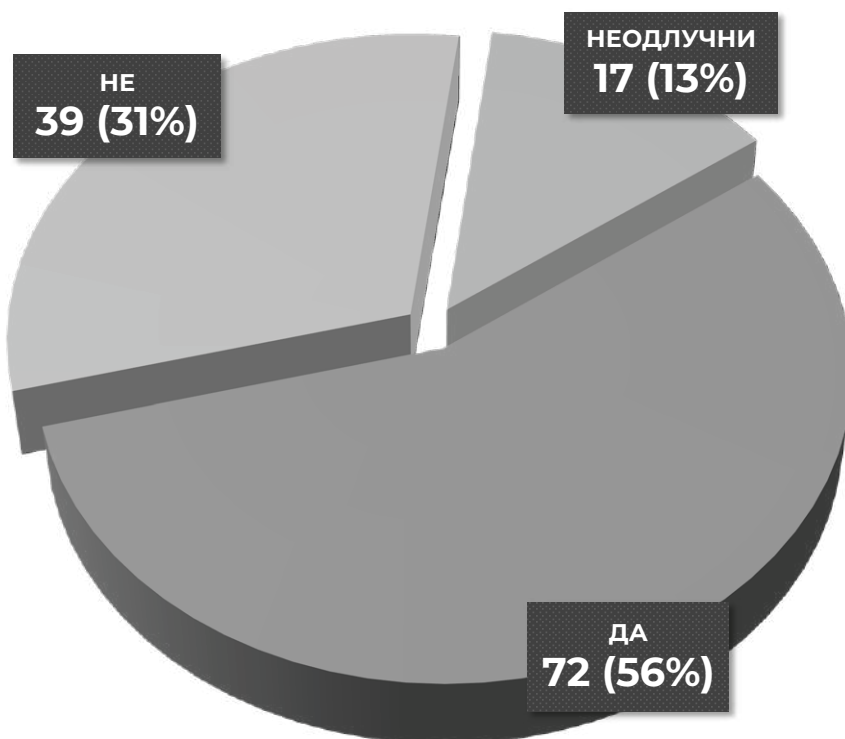
**Да ли сматрате да привредна
друштва у Србији послују етично?**



Слика 4: Приказ одговора на питање: „Да ли сматрате да привредна друштва у Србији послују етично?”

На Слици 5. су приказани ставови студената менаџмента о томе колико су спремни да се одрекну материјалног зарад моралног. Наиме, на питање: „Да ли бисте пре радили за предузеће које послује по етичким принципима и за мању плату, или бисте радије примали већу плату у предузећу које је мање етично?“, нешто више од половине њих (56%) рекло је да је спремно да се одрекне веће плате зарад етичког пословања, што је охрабрујуће јер се види да они имају свест о значају моралног понашања током обављања пословних активности. Ипак, значајан проценат њих, 31%, томе не придаје значаја, а ако се узме у обзир и проценат оних неодлучних 13%, то је онда 44%, што није занемарујуће.

**Опредељење за рад у предузећу
које послује етички**

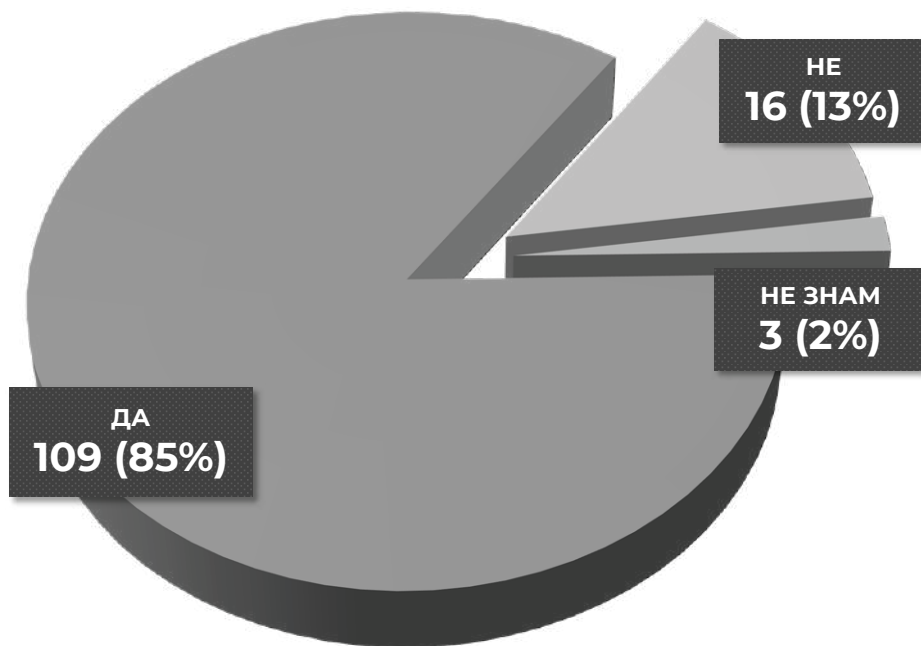


Слика 5: Дијаграм поделе према избору између етичког предузећа или примања веће плате



Слика 6. приказује ставове испитаника о доприносу пословне етике повећању угледа предузећа. На питање: „Да ли, по Вашем мишљењу, примена принципа пословне етике доприноси повећању угледа предузећа и успешнијем пословању?“, 85% студената је мишљења да је етика значајна за повећање угледа предузећа и да доприноси његовом успешнијем пословању. Само 13% је на ово питање одговорило негативно, док 2% није имало став по овом питању.

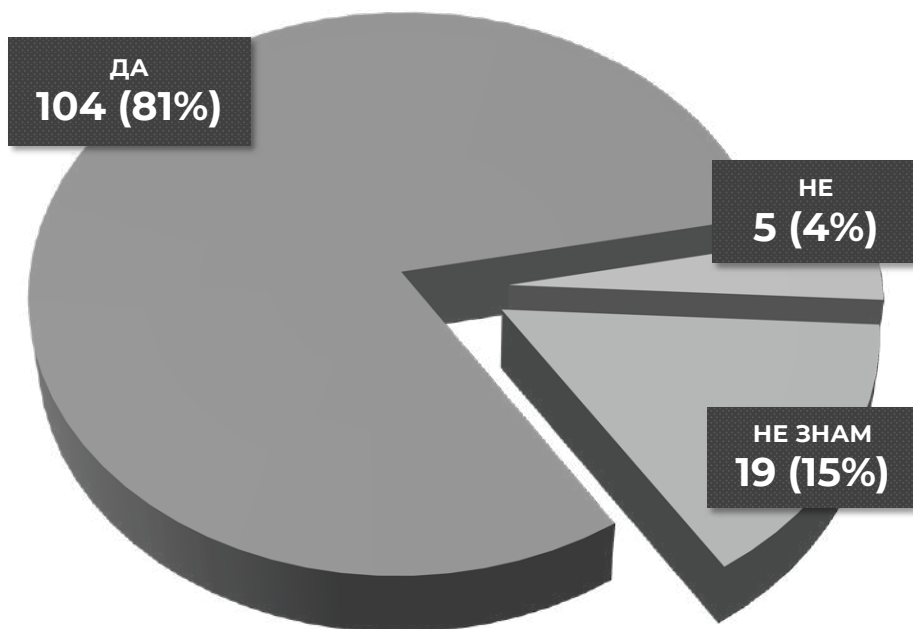
***Допринос пословне етике
повећању угледа предузећа***



Слика 6: Допринос пословне етике повећању угледа предузећа и успешнијем пословању

На Слици 7. приказани су ставови испитаника о важности етике у предузећу. На питање: „Да ли сматрате да се применом принципа пословне етике побољшавају односи унутар предузећа (између запослених и између запослених и менаџера)?“ преко 100 студената (81%) је одговорило да примена принципа пословне етике доприноси побољшању односа између самих запослених у предузећу, као и побољшању односа између запослених и њихових надређених. Негативно је одговорило само 4%, док се 15% није изјаснило по овом питању.

***Допринос пословне етике
побољшању односа
унутар предузећа***

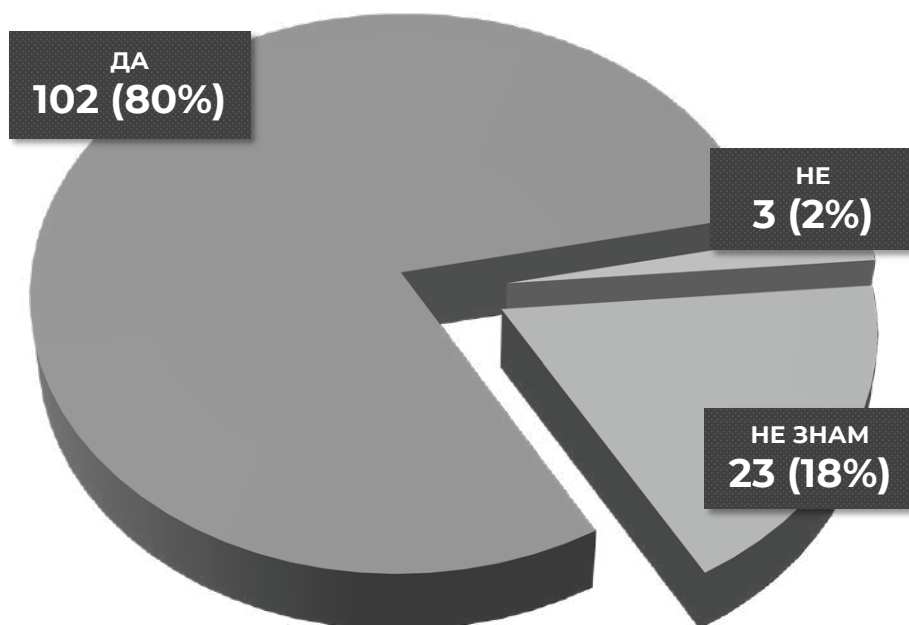


Слика 7: Дијаграм поделе према важности етике у предузећу



Ставови испитаника о важности етике за изградњу поверења између предузећа и свих његових заинтересованих страна (купаца, добављача, дистрибутера, друштвене заједнице) приказани су на Слици 8. На питање: „Да ли сматрате да етичко пословање доприноси повећању поверења између предузећа и његових стејкхолдера?“ позитивно је одговорило 80% испитаника. Укупно 20% њих је одговорило негативно или се није изјаснило по овом питању.

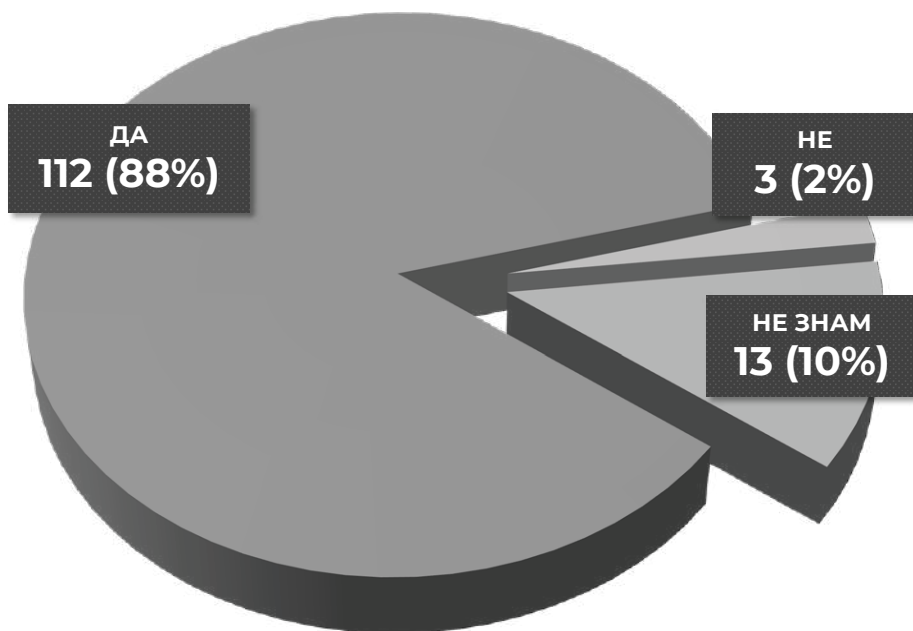
***Допринос пословне етике
повећању поверења стејкхолдера***



Слика 8: Допринос пословне етике повећању поверења између предузећа и његових стејкхолдера

На Слици 9. су приказани одговори на питање: „Да ли, по Вашем мишљењу, етичко пословање треба да омогући развој и усавршавање запослених?“. Са слике се може видети да 88% испитаника под етичким пословањем подразумева и пружање могућности запосленима за развој, едукацију и усавршавање. Постојање оваквог става је охрабрујуће, јер подразумева да би ови студенти као будући менаџери пружали својим запосленима овакву могућност, што је веома значајно за развој организације и унапређење пословања.

***Етичко пословање омогућава развој
и усавршавање запослених***

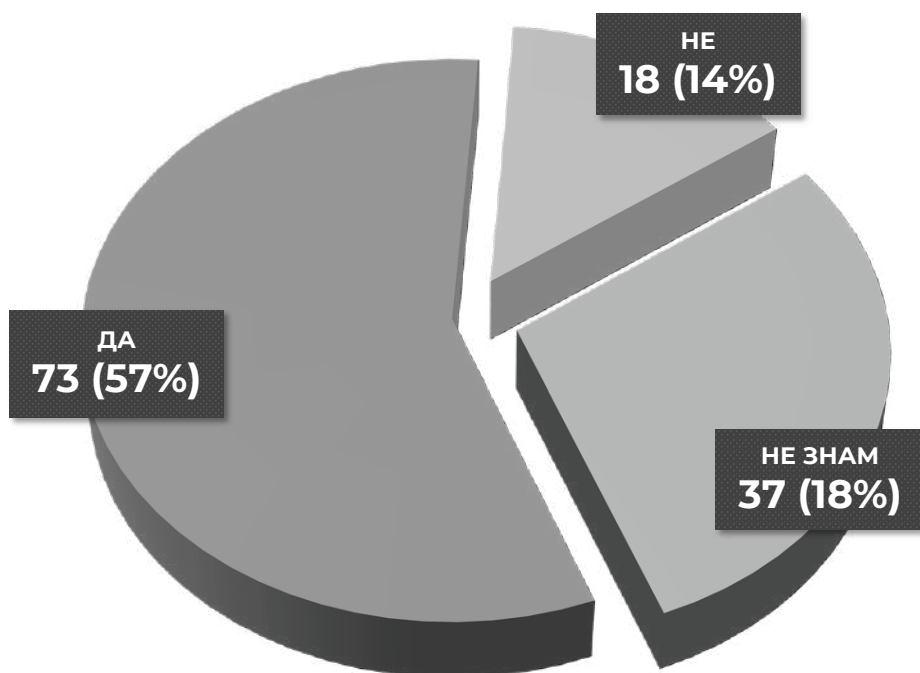


Слика 9: Приказ одговора на питање: „Да ли, по Вашем мишљењу, етичко пословање треба да омогући развој и усавршавање запослених?“



Ставови испитаника о доприносу пословне етике смањењу трошкова пословања предузећа приказани су на Слици 10. Са слике се може видети да је 57% студената одговорило позитивно на ово питање, што значи да они верују да се етичким и одговорним пословањем могу смањити трошкови. Њих 14% сматра да ово није могуће, док је 29% било неодлучно по овом питању. Овакви одговори указују на то да студенти, иако имају свест о значају етичког пословања, ипак нису довољно упознати са свим позитивним ефектима његове примене.

**Етичко пословање доприноси
смањењу трошкова**

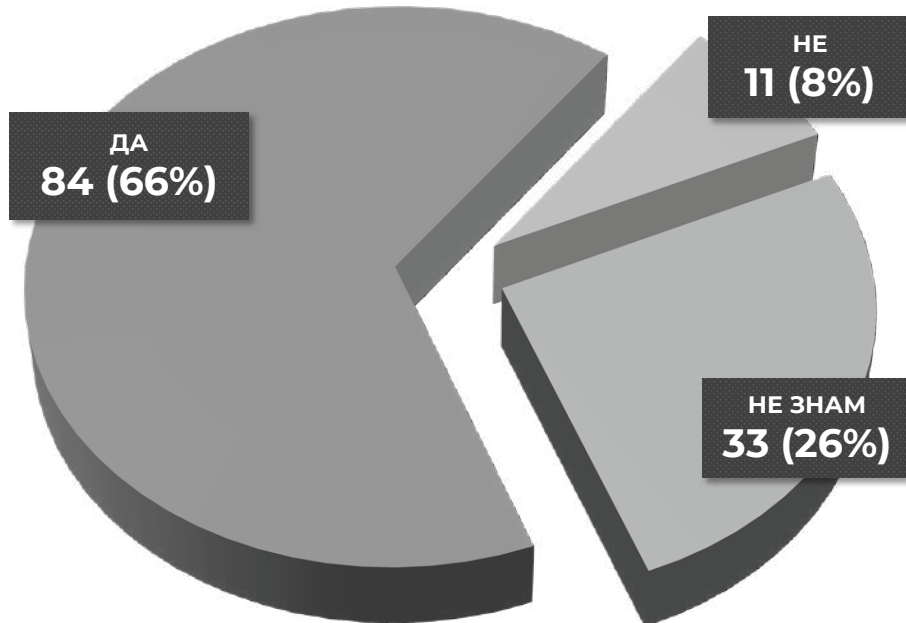


Слика 10: Приказ одговора на питање: „Да ли сматрате да примена принципа пословне етике може да

допринесе смањењу трошкова пословања?"

На Слици 11. приказани су ставови и испитаника о важности етике у маркетингу. Значајан проценат студената (66%) сагласно је са чињеницом да је важна етика у маркетингу, да је важно правилно и тачно информисање купаца и клијената о производима и услугама, без превара и довођења у заблуду. Само 8% њих не придаје значај етици у маркетингу, док се 26% није могло одлучити по овом питању.

Значај етике у маркетингу

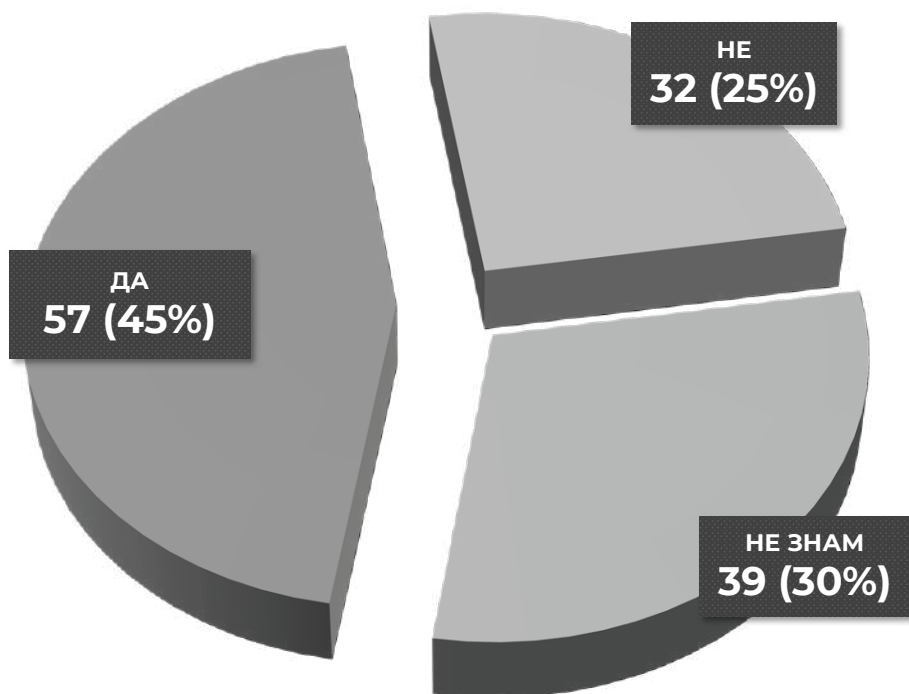


Слика 11: Приказ одговора на питање: „Да ли је, по Вашем мишљењу, важна етика у маркетингу?“



Када је реч о еколошкој етици, одговори се мало разликују од претходних и приказани су на Слици 12. Заправо, само 45% студената који су учествовали у истраживању изјаснило се да је еколошка етика важна за пословање привредних друштава. Њих 25% је рекло да није важна, док значајан проценат (30%) није могао да се изјасни по овом питању. Овакви одговори могу бити забрињавајући, али су донекле очекивани. Наиме, ако се посматра број студената по годинама студија, 26% студената је са треће године а 18% су студенти четврте године. Скупа они чине 44%, а само су то студенти који су слушали предмет Одрживи развој и који су детаљније упознати са еколошким проблемима и проблемима загађења животне средине, у којима добрим делом учествују и привредна друштва. Дакле, структура одговора се може тиме оправдати, али је ипак забрињавајуће то што је поново потврђено да грађани Србије имају јако ниску еколошку свест.

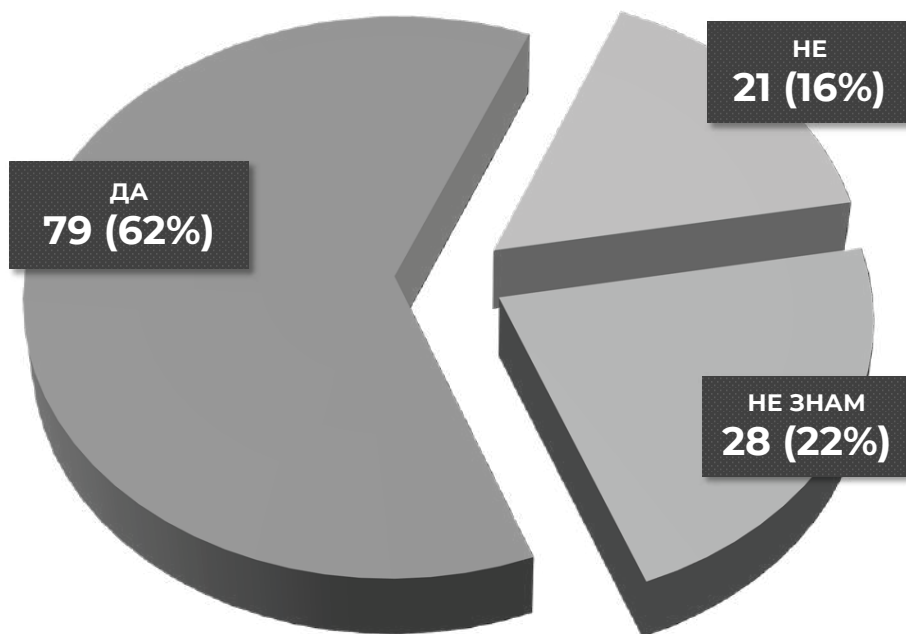
Значај еколошке етике



Слика 12: Приказ одговора на питање: „Да ли је, по Вашем мишљењу, важна еколошка етика?“

На Слици 13. приказани су одговори на питање: „Дали је, по Вашем мишљењу, значај пословне етике порастао током пандемије ковида 19?“. Значајан проценат испитаника (62%) је одговорило позитивно на ово питање и сложило се да је поштовање етичких принципа у условима овако велике кризе значајно јер, у крајњем случају може да допринесе и очувању људских живота. Само 16% испитаника је одговорило негативно, док 22% није имало никакав став по овом питању.

***Пораст значаја пословне етике
током пандемије ковида 19***

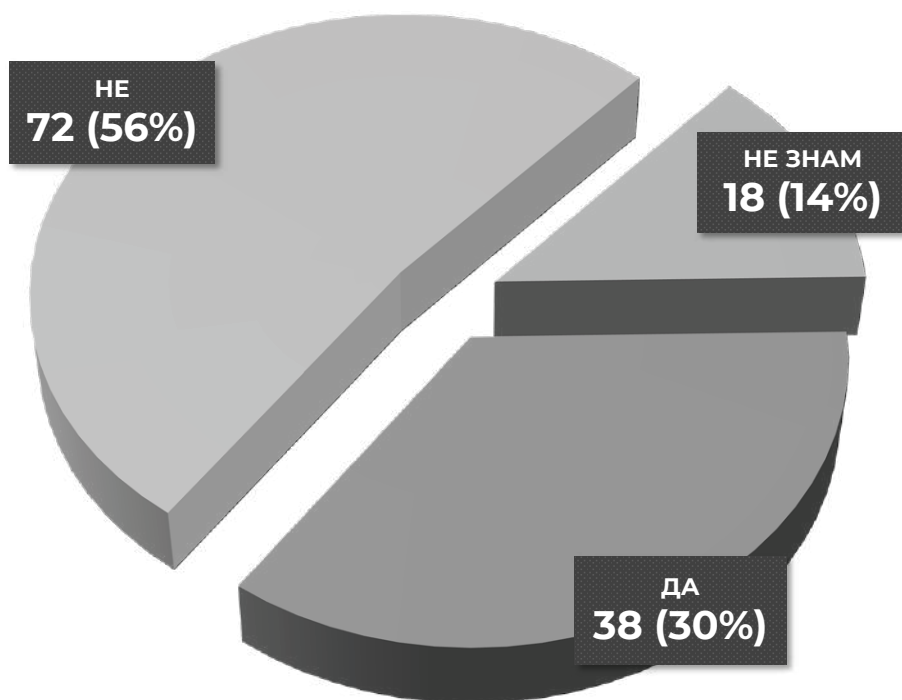


Слика 13: Пораст значаја пословне етике током пандемије ковида 19



Ставови испитаника о придржавању етичких стандарда током пандемије приказани су на Слици 14. На питање: „Да ли се, по Вашем мишљењу, током пандемије ковида 19 привредна друштва у Србији довољно придржавају етичких стандарда?“, само 30% испитаника је одговорило позитивно. Чак 56% њих је рекло да мисли да предузећа не поштују етичке стандарде током пандемије, док 14% није имало никакав став по овом питању. Одговори нису охрабрујући, јер говоре о томе да су испитаници из различитих извора упознати са неетичким пословањем предузећа током пандемије.

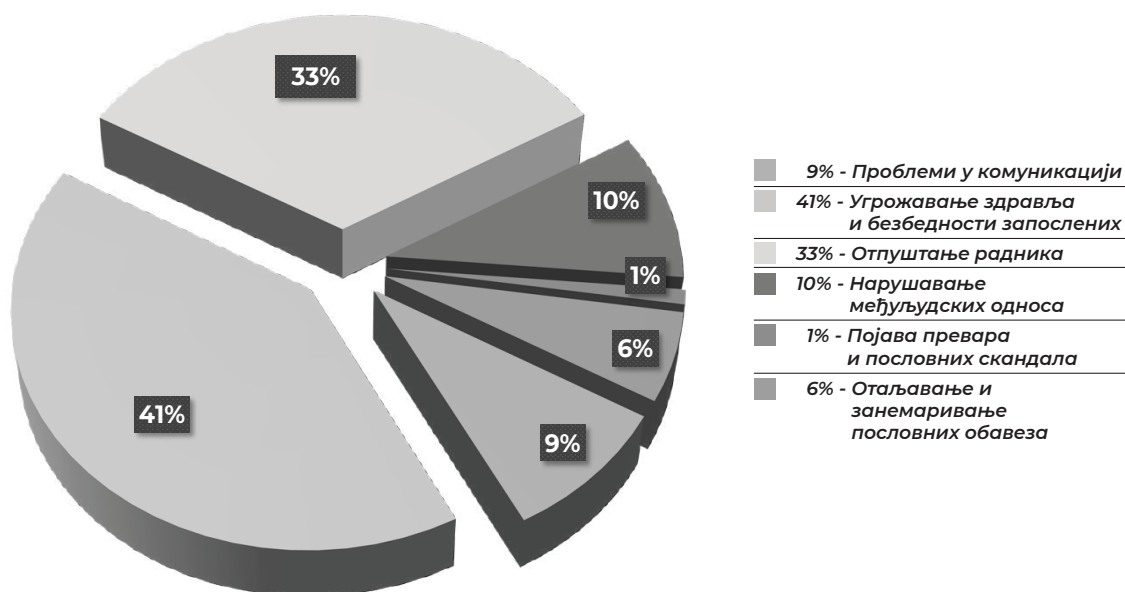
Поштовање етичких стандарда током пандемије ковид 19



Слика 14: Поштовање етичких стандарда током пандемије ковида 19

Ставови испитаника о најзначајнијим последицама неетичког пословања привредних друштава у Србији током пандемије ковида 19 приказани су на Слици 15. Испитаници су имали могућност да се изјасне о неколико последица неетичког пословања, међу којима су: отпуштање радника; угрожавање здравља и безбедности запослених зато што им нису обезбеђени адекватни услови рада; нарушавање међуљудских односа; проблеми у комуникацији; појава различитих врста превара и пословних скандала; отаљаване и занемаривање радних обавеза. Највећи број испитаника (41%) изјаснио се да је последица неетичког пословања угрожавање здравља и безбедности запослених због неадекватних услова за рад током пандемије. Око 33% је рекло да је једна од значајних последица отпуштање радника. Око 10% њих мисли да међу значајне последице спадају нарушавање међуљудских односа и проблеми у комуникацији. Мањи проценат испитаника (6%) сматра да су због рада од куће или поремећаја устаљеног начина рада запослени занемаривали своје радне обавезе, док само 1% њих мисли да су се због неетичког пословања током пандемије појавиле различите преваре и пословни скандала.

Последице неетичког пословања привредних друштава током пандемије ковид 19



Слика 15: Последице неетичког пословања привредних друштава током пандемије ковида 19



Закључак

Доношење етичких и морално исправних одлука у пословању може бити ограничавајући фактор, али је то једини начин који свима омогућава сигурност, тачност и квалитет. Заправо се може рећи да је приликом доношења одлука оправдано само оно што је исправно и морално.

Резултати истраживања међу студентима менаџмента показали су да су готово сви испитаници упознати са појмом пословна етика. Међутим, упркос томе, може се рећи да се даљим анкетирањем стиче утисак да добар број њих не разуме довољно значај пословне етике, или бар не разуме довољно све сегменте које она обухвата. То говоре њихови ставови по питању значаја етике у маркетингу и еколошке етике, и то првенствено еколошке етике где се само 45% њих изјаснило да је еколошка етика важна за пословање, што имплицира да би толико њих водило рачуна о очувању животне средине и сузбијању еколошких проблема приликом обављања пословних активности. На основу добијених резултата може се закључити да би првенствено требало радити на подизању еколошке свести како би се њихов став о значају еколошке етике променио. Када је у питању значај етике за побољшање међуљудских односа у организацији, а и односа организације са спољашњом средином и свим заинтересованим странама, велика већина (пеко 80%) сматра да једино пословање које се заснива на поштењу и моралу може бити корисно за све.

Добар глас и имиџ организације стиче се само поштеним радом, док се једном непромишљеном одлуком за кратко време може изгубити доста тога, мишљење је већине студената који су учествовали у истраживању. Показало се да су организације које имају добар имиџ конкурентније и да више привлаче инвеститоре што на крају утиче и на финансијске резултате њиховог пословања.

Када је у питању значај пословне етике за пословање током пандемије, већина се сложила да је она важна и да непоштовање етичких стандарда у оваквим кризним ситуацијама може да доведе до угрожавања здравља и безбедности запослених. Ово се највише односи на обезбеђивање адекватних услова рада током пандемије.

Пандемија ковида 19 створила је глобалну здравствену, економску и социјалну кризу која захтева сарадњу и посвећеност свих, здравства, привреде, јавног и приватног сектора, просвете, туризма. Сви су суочени са последицама епидемије, и сви се морају укључити у сузбијању исте. Конкретно, организације својим етичким пословањем требало би да допринесу општем добру, пре свега обезбеђивањем адекватних услова рада за своје запослене и очувањем њихових радних места, али и укључивањем у решавање проблема друштвене заједнице кроз различите донације санитарног материјала, хране, дезинфекције простора итд. Да би се ово постигло, менаџери морају бити мотивисани моралним и етичким уверењима. Такође, морају знати да пандемија повећа-

ва очекивање друштвене заједнице од њихових организација, па зато њихове одлуке морају бити етичке и друштвено одговорне, јер једино такве одлуке омогућавају оставаривање међусобно зависних економских, еколошких и друштвених циљева.



ЛИТЕРАТУРА



1. Алексић Ана (2007): Пословна етика-елемент успјешног пословања. Зборник Економског факултета у Загребу, 5(1), 419-429.
2. Блажон Даниела (2015): Пословна етика као конкурентска предност пословања; Doctoral dissertation, Polytechnic of Međimurje in Čakovec. Management of tourism and sport.
3. Frank G. A. de Bakker, Dirk Matten, Laura J. Spence and Christopher Wickert (2020): 'The elephant in the room: The nascent research agenda on corporations, social responsibility, and capitalism'. Business & Society, 59, 1295 – 1302. <https://doi.org/10.1177/0007650319898196>
4. Милан И. Миљевић и Владимир Џамић (2011): Реконцептуализација пословне етике и потребе за новом пословном етиком. Singidunum Scientific Review/ Сингидунум ревија, 8(1).
5. Драган Михајловић и Драгица Стојановић (2010): Пословна етика и морал у бизнису. Економске теме, 48(2), 241-252.
6. Ана – Марија Пушић (2016): Међународне етичке дилеме; Doctoral dissertation, Josip Juraj Strossmayer University of Osijek. Faculty of Economics in Osijek. Chair of Economics and Business Management.).
7. Слободан Ракић и Владимир Адамовић (2019): Пословна етика у функцији успешног пословања савремених компанија. Одитор, 5(2), 42-57.
8. Wolfgang Rohrbach (2013): Etika i osiguranje, Naučna polemika, Udruženje za pravo osiguranja Srbije UDK
9. Rhodes Carl and Fleming Peter (2020): 'Forget political corporate social responsibility'. Organization, 27 (6), 943-951; <https://doi.org/10.1177/1350508420928526>
10. He Hongwei and Harris Lloyd (2020): The impact of Covid-19 pandemic on corporate social responsibility and marketing philosophy, Journal of Business Research 116, pp.176–182
11. Драго Цвијановић, Бранко Михаиловић и Радован Пејановић (2012): Пословна етика и комуницирање, Институт за економику пољопривреде Београд
12. Crane Andrew and Matten Dirk (2021): COVID-19 and the Future of CSR Research, Journal of Management Studies 58



ВЕБОГРАФИЈА

1. Butler Sarah (2020): 'New UK taskforce to crack down on coronavirus profiteers', The Guardian, accessible at: <https://www.theguardian.com/business/2020/mar/20/new-uk-taskforce-to-crack-down-on-coronavirus-profiteers>, accessed 18 April, 2020
2. UN.ORG (2020), 'UN launches COVID-19 plan that could 'defeat the virus and build a better world'', available at: <https://news.un.org/en/story/2020/03/1060702>, accessed 20 September, 2020
3. COVID-19: World economy in 2020 to suffer worst year since 1930s Great Depression, says IMF; [https://www.euronews.com/2020/04/14/watch-live-international-monetary-fund-gives-world-economic-outlook-briefing-on-covid-19/23.01.2021./](https://www.euronews.com/2020/04/14/watch-live-international-monetary-fund-gives-world-economic-outlook-briefing-on-covid-19/23.01.2021/)

ANALYSIS OF THE ATTITUDES OF STUDENTS OF MANAGEMENT ON THE ROLE OF BUSINESS ETHICS IN BUSINESS ENTERPRISE DURING THE COVID-19 PANDEMIC

Abstract: Business ethics has become an indispensable part of business practice, and in the long run, a prerequisite for successful business. Unethical business can damage the reputation of the organization, which can be the cause of many negative consequences for the organization. Ethics as a key element of successful business should enable the provision of true information, as well as a correct and honest attitude of the organization towards stakeholders, the social community and the environment in which it operates. Achieving these goals was a challenge for a large number of organizations in the business environment before the COVID-19 pandemic, and it is especially increased during this pandemic. Leadership has the most important role in creating the ethical culture of the organization. Because of that, it is very important for future managers to develop awareness of the importance of business ethics for the organization's business, as well as awareness of ethical decision-making in conditions of risk and major crises, as is the case with the pandemic. The paper analyzes the attitudes of students of management, as future managers, about business ethics in the organization's business operations during the COVID-19 pandemic. The research results showed that students are aware of the importance of business ethics, but not equally of all segments that it covers.

Keywords: ATTITUDES, STUDENTS, BUSINESS ETHICS, ENTERPRISE, COVID- 19 PANDEMIC.