

IMPORTANȚA CODULUI DE ETICĂ PENTRU ORGANIZAȚIILE RESPONSABILE SOCIAL

THE IMPORTANCE OF ETHIC CODE FOR SOCIALLY RESPONSIBLE ORGANIZATIONS

CZU: 174:061.237

Veronica BUTNARU,
doctorandă, lector universitar,
Academia de Administrare Publică

SUMMARY

Ethical responsibility, the component of the social responsibility concept, forces the organizations of all kinds to undertake what is fair, right and equitable, even if they are not forced to proceed with such existing legal acts at a given time. At present, the social responsibility of organizations of all kinds should be viewed from a complex perspective as what society expects from ecologically, economically, legally, ethically and philanthropically responsible events / projects. The concrete and effective way to meet this goal is the conscious, realistic, courageous and continuous approach of a combination by all organizations regarding the social responsibility.

Keywords: *ethics, code of ethics, responsible event, social responsibility.*

REZUMAT

Responsabilitatea etică, componentă a conceptului larg de responsabilitate socială, obligă organizațiile de orice tip să întreprindă ceea ce este just, corect și echitabil, chiar dacă nu sunt silit să procedeze astfel de actele normative existente la un moment dat. În prezent, responsabilitatea socială a organizațiilor de orice tip trebuie privită dintr-o perspectivă complexă, ca fiind ceea ce societatea așteaptă din partea evenimentelor/proiectelor responsabile din punct de vedere ecologic, economic, juridic, etic și filantropic. Calea concretă și eficientă pentru satisfacerea acestui deziderat o reprezintă abordarea conștientă, realistă, curajoasă și neîntreruptă a combinării, de către toate organizațiile față de responsabilitatea socială.

Cuvinte-cheie: *etică, cod de etică, eveniment responsabil, responsabilitatea socială.*

Orice organizație, chiar și cea mai sinceră și dezinteresată implicată în comunitate, poate beneficia de un cod de etică care identifică practicile etice și standardele acceptate. Adoptarea unui astfel de cod nu furnizează doar o verificare a eticii organizației, ci și o poziție față de beneficiari, finanțatori și autoritățile publice unde

organizațiile țin să îndeplinească standarde înalte. Un astfel de document ajută organizațiile să identifice și să evite colaborări sau acțiuni de nedorit.

Conform Dicționarului explicativ al limbii române, *etică* este „știința care se ocupă cu studiul principiilor morale, cu legile lor de dezvoltare și cu rolul în viața socială” [3].

G. D. Chryssider și John H. Kaler definesc etica drept un set de principii care descriu un cod de comportament care explică ceea ce este bine și corect sau ceea ce este rău și greșit [5].

Etica, în opinia lui Dimitrios Buhalis și Eric Laws, reprezintă un set de reguli care definesc ceea ce este drept și greșit în conduita noastră. Din această definiție reiese întrebarea despre ceea ce ar putea reprezenta regulile. Acest termen poate include: legislația, codurile de conduită nescrise, dar general acceptate drept ghiduri de comportament. Prin urmare, fiecare individ are propriile sale idei despre ceea ce înseamnă un comportament etic bazat pe propriile sale valori [5].

Codurile de etică au apărut în Statele Unite ale Americii și în Europa la începutul secolului al XX-lea. Deși nu se pot identifica clar elementele care au determinat apariția lor, există opinia că ele au evoluat din acele scurte foi volante pe care erau tipărite câteva reguli obligatorii de comportament în fabrici. În același timp, asociațiile profesionale ale jurnaliștilor începeau în secolul al XX-lea să-și pună problema protecției lor. De exemplu, în SUA, primul cod de etică a fost dezvoltat în anul 1924 ca o formă a jurnaliștilor profesioniști de a se apăra de managerii și autoritățile care îi tratau abuziv. În Franța există o experiență asemănătoare, tot în domeniul mass-media. Cu toate acestea, boom-ul codurilor de etică la nivel organizațional a fost înregistrat în anii 70 - 80, în SUA, ca urmare a accentuării discuțiilor la nivel guvernamental pe marginea corupției și comportamentelor de business lipsite de integritate [2].

Codul de etică nu este doar un set de reguli, în multe organizații este folosit în formarea profesională și în comunicarea internă, acestea încercând, astfel, să informeze cât mai bine propriii angajați cu privire la constrângeri și beneficii.

Codul de etică are avantajul, față de

un cod de conduită, că este viu, putând fi revizuit ori de câte ori este nevoie. E un document care ia naștere din valorile și principiile angajaților, managementului și colaboratorilor unei companii, instituții publice sau ONG-uri, pe baza consultării, neavând nevoie de o instituție care să-i acorde autoritate. Autoritatea codului de etică vine tocmai din modul cum a fost el creat, în timp ce în cazul unui cod de conduită este nevoie de legitimarea juridică [5].

Codurile de etică au la bază principiile, valorile și misiunea unei organizații. Ele au ca scop respectarea misiunii organizației și inducerea în angajații săi a valorilor și principiilor care o ghidează. Pe lângă asta, ele au un impact major asupra comportamentelor și deciziilor care se iau în interiorul unei organizații, reglementând comportamentul angajaților astfel încât să se conformeze la standardele morale ale organizației, prin indicarea modurilor acceptabile de soluționare a conflictelor și dilemelor etice care apar [5].

Există un grup de instrumente care funcționează la nivel global și care răspunde problematicilor sociale ale organizațiilor. Inițiativele de atestare/măsurare a angajamentului de responsabilitate socială se manifestă în diferite forme: unele presupun doar angajamentul față de niște principii care se doresc să fie universal acceptate - privind drepturile omului, privind drepturile angajaților, privind impactul asupra mediului și asupra comunității - și sunt propuse sub forma unor ghiduri, modele de management al responsabilității organizaționale.

Codul de etică a evenimentelor/proiectelor responsabile reprezintă principiile, valorile de responsabilitate a unei organizații față de impactul deciziilor și activităților sale asupra societății și mediului, prin comportament transparent și etic ce:

- contribuie la dezvoltarea durabilă, inclusiv la sănătatea și bunăstarea societății;

- ia în considerare așteptările părților interesate;

- respectă legile aplicabile și este în concordanță cu normele internaționale;

- este integrat în întreaga organizație și practicat în toate relațiile sale.

Adoptarea și consolidarea internă a unui cod bine gândit va asigura nu numai un suport etic pentru organizații, dar și o transparență în relațiile cu beneficiarii, donatorii, publicul, bazate pe o atitudine serioasă și respectarea unor standarde. Un astfel de cod poate fi util organelor interesate în procesul depistării și contracarării organizațiilor simulante și iresponsabile.

Standardele Codului sunt aplicate oricare ar fi aria de preocupări ale organizației: administrare publică, domeniul umanitar, prevenirea conflictelor, prevenirea corupției, cercetări, educație, monitorizarea drepturilor omului, protecția sănătății și mediului înconjurător.

Codul de etică al evenimentelor/proiectelor responsabile cuprinde 7 domenii în esența laturilor evenimentului sau proiectului responsabilizat:

- declarația de responsabilitate;
- viziunea, valorile și principiile;
- guvernanța;
- resursa umană;
- relația cu stakeholderii;
- transparența financiară și legală;
- responsabilitatea socială.

Declarația privind responsabilitatea la nivel de instituție. Responsabilitatea socială, indiferent de natura implementării acesteia, este parte integrantă a viziunii și strategiei organizației. În Declarația privind responsabilitatea se va rezuma întregul demers de responsabilizare, de respectare a principiilor și valorilor etice. Se poate preciza istoricul de la care s-a plecat în formularea codului. Se va evita folosirea unui limbaj greoi și de tip juridic, ci orientat către formarea și evidențierea de comportamente. Această declarație de asumare va spori

valoarea și credibilitatea Codului în rândul organizației, precum și în exteriorul acesteia.

Viziune, valori și principii. Sub o formă sintetică, acestea trebuie să exprime un caracter de integralitate a evenimentului/proiectului de responsabilitate socială, a caracterului său responsabil și a elementelor ce o compun. Principiile vor da valoare viziunii stabilind felul în care lucrurile se vor desfășura și vor susține efortul de aliniere la codul etic propus. Exercițiul de stabilire a principiilor și valorilor evenimentului este un exercițiu al întregii echipe. Acestea trebuie să fie cunoscute și împărtășite de toată echipa.

Guvernanța. Codul etic va face referire la responsabilitățile generale ale echipei de implementare. Se va indica echipa de conducere a evenimentului, echipa de implementare și voluntarii, a metodelor folosite și a obiectivelor generale și specifice ale proiectului/evenimentului de responsabilitate socială.

Resursa umană. Acest domeniu este rezervat descrierii principiilor de resurse umane abordate, a relațiilor de muncă și a drepturilor angajaților și voluntarilor. Codul va cuprinde principii de resurse umane, precum diversitatea, egalitatea de șanse, non-discriminarea. Punctează procedurile în caz de conflict de interese, a folosirii abuzive a funcției și a infracțiunilor.

Relația cu stakeholderii. În elaborarea acestei părți se va ține seama de colaborarea cu stakeholderii evenimentului și ai echipei: parteneri, beneficiari, finanțatori, autorități publice și alte părți interesate indirect. Se vor prezenta succint cazurile de conflict de interese, abuz și de disociere, precum și cazurile de încetare a relațiilor partenariale. În această parte a Codului vor fi prezentate respectul și confidențialitatea datelor personale din cadrul acțiunilor sau al relației de parteneriat.

Transparența financiară și legală. Se vor

preciza valorile sau ponderile veniturilor și resurselor, ale modului de consum și ale măsurilor de raționalizare a acestor resurse. Se vor publica rezultate din anii anteriori (unde este cazul) ca element de transparență. Se va prezenta asumarea răspunderii legale și fiscale a managementului. Se va prezenta modalitatea de control, evaluare și raportare către interior și către stakeholderii evenimentului sub aspectul financiar și legal. Angajamentele și măsurile de luptă împotriva corupției și a altor forme de infracțiune se vor prezenta succint.

Responsabilitatea socială. Stipularea principiilor de responsabilitate socială ce le integrează în eveniment și a modului în care acestea vor fi susținute de măsurile întreprinse. Vor fi prezentate ce se dorește a realiza și cum vor fi îndeplinite obiectivele asumate.

Responsabilitatea ca valoare etică funcționează ca o marcă a umanului, ca o bornă ce delimitează umanul de inuman, cultura de natură, civilizația de barbarie. Etica unei organizații trebuie să urce de la particular la general, adică să promoveze interesele particulare ale unui corp social ca parte a „interesului general”, iar prin aceasta să le ofere indivizilor încorporați un sens al vieții [3].

În societățile contemporane, o organizație nu poate fi legitimă dacă nu servește, într-o formă sau alta, interesul public. Cine este perceput că servește interesul public, se bucură de o reputație maximă, adică de legitimitate. Pentru mulți dintre managerii din Republica Moldova, invocarea interesului public, înțeles ca rezultată a dezbaterii publice despre binele comun, poate fi un reper pentru responsabilitatea socială, iar invocarea ca reper al Codului

etic a evenimentelor/proiectelor responsabile a celui alt interes, al publicului, indică o tendință de marketizare a binelui general.

În acest caz, responsabilitatea socială a organizației rămâne, într-adevăr, doar un pretext pentru publicitate și, în ultima instanță, pentru creșterea vânzărilor; așadar, este doar o stratagemă pentru maximalizarea profitului. Motivațiile de a implementa practicile sau programele responsabile pot varia de la altruism sau interes personal, la perspicacitate comercială, competiție sau o combinație a acestora.

Responsabilitatea etică, componentă a conceptului larg de responsabilitate socială, obligă organizațiile de orice tip să întreprindă ceea ce este just, corect și echitabil, chiar dacă nu sunt silit să procedeze astfel de actele normative existente la un moment dat.

În concluzie, vom menționa că elementele de etică sunt integrate responsabilității sociale, deoarece, în mod evident, o atitudine responsabilă social presupune, în primul rând, o atitudine ce respectă principiile eticii. Responsabilitatea este, prin excelență, o categorie de relație. Responsabilitatea devine nu numai o premisă necesară în sens moral, ci și o condiție de supraviețuire într-o societate turbulentă.

Transparența practicilor și instrumentelor de RS trebuie să fie garantată. Astfel, ar fi bine de încurajat managementul organizațiilor adoptate de: coduri de etică; standarde de gestionare (pentru a integra aspectele sociale și de mediu în activitățile de zi cu zi ale organizațiilor); standarde privind investițiile responsabile din punct de vedere social, pentru a direcționa investiții către organizațiile care țin cont de rezultatele lor de responsabilitate socială.

BIBLIOGRAFIE

1. Bărbuț R., Rolul consiliilor economice și sociale ale instituțiilor similare din UE în promovarea conceptului de responsabilitate socială a companiilor, CES România, București, 2014.

2. Chryssider, D., Kaler, J., Introduction to Business Ethics. Cengage Learning: New edition, 1993.
3. Dicționarul explicativ al limbii române, Editura: Univers Enciclopedic, București, 2016, ISBN - 978-606-704-161-3 (2016)
4. Matei A., Organizarea administrației centrale de stat: politici și instrumente, Editura: SIGMA/OECD și NISPAcee, București, 2007.
5. Suslenco A., Dimensiunile etice ale formării, gestiunii capitalului uman în scopul sporirii competitivității companiilor. Disponibil: <http://dspace.usarb.md:8080/xmlui/handle/123456789/1789> (accesat pe 03.04.2018).

Prezentat: 19 aprilie 2018.

E-mail: 11iarna@mail.ru