

# EVALUAREA NIVELULUI DE ASUMARE A RESPONSABILITĂȚII SOCIALE FAȚĂ DE ANGAJAȚII UNEI COMPANII

Diana Corina GLIGOR \*

## Abstract

Orice companie face parte dintr-un sistem complex de relații cu diferite entități care pot influența sau care pot fi influențate de activitatea desfășurată, denumite grupuri de interesați sau stakeholderi. Companiile trebuie să ofere stakeholderilor un răspuns adecvat, iar astfel rolurile și responsabilitățile unei companii se redefinesc. Deși motivația obținerii de profit este acceptată și recunoscută, aceasta nu mai poate fi acceptată ca o scuză pentru adoptarea unui comportament neetic, iar din partea companiilor moderne se așteaptă să fie responsabile față de resursele atrase și utilizate. Responsabilitatea socială a companiilor înseamnă obținerea succesului comercial într-o manieră etică, cu respect față de oameni, comunitate și mediu. Aceasta implică a răspunde așteptărilor legale, etice, comerciale sau de altă natură pe care societatea le are față de companii, și a lua decizii care să pună în balanță nevoile tuturor celor ce au un rol în viața companiei.

Dintre toate entitățile cu care compania interacționează, în contextul managementului bazat pe cunoștințe, importanța pe care companiile o acordă diferitelor aspecte ale relației lor cu angajații, ca purtători și generatori de cunoaștere, este tot mai sporită. Angajații reprezintă o categorie aparte de stakeholderi deoarece, deseori, companiile se identifică cu angajații lor, iar avantajul lor competitiv pe o piață cu o concurență tot mai acerbă este adesea generat de angajați, care oferă drept input pentru companii talentul, pregătirea, experiența dar și valorile lor.

Prin prezenta lucrare am încercat să realizez o scurtă prezentare a câtorva aspecte teoretice de natură etică ale managementului resurselor umane, dar și să propun o metodă practică de evaluare a nivelului de asumare a responsabilității sociale față de angajații unei companii. Pentru ilustrare, am ales exemplul filialei din Timișoara a unei companii care are o experiență îndelungată pe piața din România și care în procesul său de restructurare a acordat o importanță deosebită angajaților.

**Cuvinte cheie:** Stakeholderi, responsabilitate socială a companiilor (RSC), drepturi morale ale angajaților, obligații morale ale angajaților.

## 1. Asumarea responsabilității sociale a companiilor

În momentul de față a devenit tot mai evident faptul că orice companie face parte dintr-un sistem complex de relații cu diferite segmente ale societății, care pot exercita o influență puternică asupra activității acesteia. Dacă compania nu reușește să ofere un răspuns adecvat acestor grupuri de interese, se poate confrunta cu serioase conflicte care pot afecta activitatea desfășurată. Rolurile și responsabilitățile unei companii se redefinesc. Deși motivația obținerii de profit este acceptată și recunoscută, oamenii nu mai sunt dispuși să o accepte ca pe o scuză pentru ignorarea normelor de bază și a standardelor privind angajații, partenerii de afaceri și mediul. Din partea companiilor moderne se așteaptă să fie responsabile față de resursele atrase și utilizate, urmărindu-se atât dezvoltarea și succesul companiei, cât și al comunității în care aceasta își desfășoară activitatea.

Se dezvoltă o interdependență și o relație bivalentă între companie și diferitele grupuri ale societății, care poartă denumirea de **stakeholderi**. Stakeholderii reprezintă acele grupuri sau entități care pot influența sau care pot fi influențate de deciziile, politicile și activitățile unei companii. Compania nu are legături la fel de strânse cu toți stakeholderii săi. În primul rând compania interacționează prin intermediul unor piețe cu anumite grupuri pentru a-și putea îndeplini obiectivul primar de a furniza produse și servicii. Acești stakeholderi poartă denumirea de **stakeholderi primari**: acționari, angajați, creditori, furnizori, clienți, competitori, distribuitori. Acțiunile

---

\* Universitatea de Vest Timișoara, Facultatea de Științe Economice

companiei afectează, direct sau indirect, și alte grupuri din cadrul societății, denumite **stakeholderi secundari**: comunități locale, guvernele naționale, guvernele unor țări străine, activiștii sociali, mass-media, grupurile de suport ale afacerii, publicul general. Aceste interacțiuni secundare, adesea, nu se desfășoară în cadrul unei piețe.

În ultimele decenii, tot mai multe instituții, guverne, organizații internaționale, cadre academice, societatea, în general, s-au angajat într-un dialog despre responsabilitatea socială a companiilor. Peste tot în lume apar noi așteptări privind comportamentul companiilor. Acele companii care nu devin conștiente de implicațiile acestora, sau care nu reușesc să le integreze în planurile lor de viitor, nu vor fi capabile să participe la acest dialog global, riscând să fie lăsate în urmă sau chiar scoase din competiție. **Responsabilitatea socială a companiilor** înseamnă obținerea succesului comercial într-o manieră etică, cu respect față de oameni, comunitate și mediu. Aceasta implică a răspunde așteptărilor legale, etice, comerciale sau de altă natură pe care societatea le are față de companii, și a lua decizii care să pună în balanță nevoile tuturor celor ce au un rol în viața companiei. „Responsabilitatea socială a companiilor este un concept prin care companiile integrează, pe bază voluntară obiective de afaceri, sociale și de protecția mediului în toate operațiunile lor productive sau comerciale sau în relațiile cu grupurile de interesate” (The European Commission, 2002).

Companii din diferite țări creează și implementează noi programe de responsabilitate socială. Abordarea acestora într-o manieră sistematică asigură companiilor îmbunătățirea performanței și dezvoltarea pe termen lung. Printre beneficiile pe care le pot obține se numără și următoarele: îmbunătățirea reputației, creșterea motivării și a productivității angajaților, atragerea și menținerea unor angajați valoroși, diminuarea riscurilor și a costurilor, protejarea împotriva unor procese costisitoare, poziții competitive mai puternice, extinderea accesului la capital, credite și investiții străine, mărirea profiturilor pe termen lung, susținerea dezvoltării durabile.

## 2. Angajații – o categorie aparte de stakeholderi

Dintre stakeholderii prezentați anterior, angajații reprezintă o categorie aparte. Ca și acționarii, angajații joacă un rol aparte printre celelalte categorii de stakeholderi, întrucât sunt direct integrați în activitatea firmei. În vreme ce acționarii „posedă” nominal toate bunurile materiale și imateriale ale firmei, angajații „constituie” efectiv o corporație. Ei sunt probabil cel mai important factor productiv sau cea mai semnificativă resursă a corporației, iar ei reprezintă compania față de ceilalți participanți și acționează în numele companiei față de aceștia. Această contribuție esențială, precum și faptul că sunt evident afectați de succesul sau eșecul companiei la care lucrează, le conferă angajaților un rol de stakeholderi cu drepturi aparte. Cei mai buni salariați încep să fie atrași nu numai de recompensele salariale, ci tot mai mult de satisfacția muncii lor, de posibilitățile de perfecționare profesională și, nu în ultimul rând, de calitatea morală a celor care îi angajează. Profilul etic al firmei devine un criteriu cheie în lupta pentru atragerea și păstrarea angajaților performanți. Relația companie – societate se dovedește a fi tot mai complexă și într-o continuă evoluție, dând naștere unor drepturi și obligații reciproce. În principiu, drepturile și obligațiile angajaților sunt prezentate într-un contract legal. Însă compania este legată de angajații săi prin intermediul unor relații personale, cu profunde implicații etice, dând naștere unor drepturi și obligații morale ale angajaților.

Printre principalele **drepturi morale** angajaților se numără:

- *Dreptul la un salariu echitabil*, adică recompensarea să fie proporțională cu eforturile depuse și performanța obținută, fără diferențieri în funcție de sex, vârstă, etnie, etc.
- *Dreptul la condiții de muncă adecvate*, care să nu periclitizeze siguranța și viața angajaților, și care să ofere un ambient de muncă plăcut. Odată cu utilizarea unor noi proceduri și tehnologii de fabricație a căror efect asupra angajaților nu este pe deplin cunoscut se impune respectarea câtorva

principii precum „principiul consimțirii conștiente” - nimeni nu poate fi expus factorilor de risc fără să fi fost informat și „principiul de precauție” - introducerea unei noi tehnologii, asupra căreia planează incertitudini, să fie limitată și să se studieze nivelul de pericol reprezentat.

- *Dreptul de confidențialitate* al angajaților cu diferitele sale aspecte.

**Tabelul 2.1. Acțiunile companiei care implică drepturile de confidențialitate ale angajaților**

Acțiunile companiei care implică drepturile de confidențialitate ale angajaților:	Utilizarea bazelor de date computerizate
	Supravegherea electronică a angajaților
	Utilizarea testelor pentru depistarea consumului de alcool și de droguri
	Utilizarea testelor HIV/ SIDA
	Utilizarea testelor genetice
	Utilizarea testelor poligraf și de onestitate

Sursa: William.C. Frederick, J.E. Post, K. Davis, 1992

- *Dreptul de a nu fi supuși discriminării și hărțuirii la locul de muncă*

Două dintre cele mai des comentate și disputate **obligații morale ale angajaților** sunt *loialitatea față de firmă* și *whistle-blowing* („a sufla în fluier”), adică gestul unui angajat de a divulga publicității unele nereguli legate de activitatea companiei.

### 3. Metodologia de cercetare propusă

#### 3.1. Originea problemei

Prin prezenta cercetare s-a dorit evaluarea nivelului de asumare a responsabilității sociale față de angajați, urmărindu-se evidențierea atitudinea angajaților privind diferitele aspecte ale acestora referitoare la corectitudinea practicilor companiei, egalitatea drepturilor, respectarea drepturilor de confidențialitate și importanța acordată categoriilor de stakeholderi ai companiei. A fost aleasă compania ROMTELECOM datorită importanței sporite pe care aceasta a acordat-o resursei umane, ca parte a amplului proces de restructurare, care încă nu s-a încheiat.

#### 3.2. Obiectivele studiului

- Identificarea atitudinii angajaților față de: corectitudinea practicilor de angajare, corectitudinea politicilor de promovare, corectitudinea situațiilor de concediere, securitatea muncii, respectarea egalității șanselor, respectarea drepturilor minorităților, transparența deciziilor, loialitatea angajaților.
- Identificarea unor posibile situații de încălcare a drepturilor angajaților;
- Identificarea atitudinii angajaților față de planul de dezvoltare a carierei oferit de companie;
- Identificarea faptului dacă angajații percep că datele lor personale sunt prelucrate computerizat și activitatea lor este supravegheată electronic;
- Identificarea testelor aplicate angajaților în cadrul companiei și identificarea atitudinii angajaților față de caracterul etic al utilizării acestor teste;
- Identificarea atitudinii angajaților față de divulgarea publicului larg a unor posibile încălcări grave ale normelor etice în cadrul companiei;
- Identificarea importanței acordate diferitelor categorii de stakeholderi primari și secundari;
- Verificarea existenței unei legături semnificative între poziția ocupată în companie și atitudinea față de corectitudinea situațiilor de concediere.

### 3.3. Stabilirea cadrului cercetării

- **Populația (universal statistic cercetat):** angajații filialei ROMTELECOM din Timișoara.
- **Metoda de cercetare utilizată:** studiu cantitativ, anchetă prin sondaj.
- **Instrumentul de colectare a datelor:** chestionar.
- **Tehnica de administrare a chestionarului:** la locul de muncă, prin intermediul operatorilor de interviu.
- **Aria cercetării:** sediul ROMTELECOM din Timișoara
- **Eșantionul: cadrul de eșantionare:** baza de date cuprinzând angajații filialei ROMTELECOM din Timișoara.
  - **metoda de eșantionare:** s-a folosit eșantionarea pe etape. Universal statistic cercetat (totalitatea angajaților) a fost divizat într-o primă etapă pe departamente. În a doua etapă, din cadrul fiecărui departament a fost selectat un număr aleator de angajați care au răspuns la întrebările chestionarului.
  - **dimensiunea eșantionului:** dimensiunea eșantionului a fost limitată la 50 de chestionare, datorită condițiilor organizatorice.
  - **unitatea de referință și unitatea declarată:** angajatul ROMTELECOM.
- **Prelucrarea datelor:** datele obținute în urma administrării chestionarului vor fi prelucrate folosind programul SPSS (Statistical Package for the Social Sciences).

#### Temele și variabilele studiului

Crt.	Tema chestionarului	<b>Tabelul 3.1. Temele și variabilele chestionarului</b> <b>Variabilele analizate</b>
1.	Profilul angajaților	Poziția angajaților în companie Vechimea angajaților în companie
2.	Atitudinea angajaților față de politicile companiei	Atitudinea față de practicile de angajare Atitudinea față de politicile de promovare Atitudinea față de situațiile de concediere Atitudinea față de securitatea muncii
3.	Atitudinile angajaților față de oportunitățile de dezvoltare a carierei	Atitudinile angajaților față de oportunitățile de dezvoltare a carierei oferite de companie
4.	Atitudinea angajaților față de posibilele discriminări din cadrul companiei	Respectarea egalității între sexe Respectarea drepturilor minorităților Cazuri de hărțuire sexuală
5.	Percepția angajaților cu privire la respectarea drepturilor de confidențialitate	Utilizarea băncilor de date computerizate Supravegherea electronică a activității Testele aplicate angajaților Atitudinea față de caracterul etic al testării angajaților
6.	Percepția angajaților privind transparența deciziilor și a loialității în cadrul companiei	Transparența deciziilor Loialitatea angajaților
7.	Viziunea angajaților privind importanța acordată de companie categoriilor de stakeholderi	Dacă compania se poate aștepta la cazuri de „whistle-blowing” Importanța stakeholderilor primari Importanța stakeholderilor secundari

### 3.5. Instrumentul de colectare a datelor – CHESTIONAR

**1. Ce poziție ocupați în companie?**

- managerială       executivă

**2. De cât timp sunteți angajatul acestei companii?**

- de mai puțin de 1 an       de 1-5 ani       de 5-10 ani       de peste 10 ani

**3. Cum apreciați corectitudinea practicilor de angajare?**

- 0- Foarte slabă    1- Nesatisfăcătoare    2- Satisfăcătoare    3- Medie    4- Bună    5-Foarte bună

Puteți relata cazuri de incorectitudine a politicilor de angajare ale companiei?

**4. Cum apreciați corectitudinea politicilor de promovare?**

- 0- Foarte slabă    1- Nesatisfăcătoare    2- Satisfăcătoare    3- Medie    4- Bună    5-Foarte bună

Puteți relata cazuri de incorectitudine a politicilor de promovare?

Cum apreciați corectitudinea situațiilor de concediere?

- 0- Foarte slabă    1- Nesatisfăcătoare    2- Satisfăcătoare    3- Medie    4- Bună    5-Foarte bună

Puteți relata cazuri de incorectitudine a politicilor de concediere?

**5. Cum apreciați securitatea muncii în cadrul companiei?**

- 0- Foarte slabă    1- Nesatisfăcătoare    2- Satisfăcătoare    3- Medie    4- Bună    5-Foarte bună

Puteți relata cazuri în care securitatea muncii nu a fost respectată?

**6. Considerați că vi se oferă un plan adecvat de dezvoltare a carierei în cadrul companiei?**

- da       nu

**7. Cum apreciați situația respectării egalității șanselor pentru femei?**

- 0- Foarte slabă    1- Nesatisfăcătoare    2- Satisfăcătoare    3- Medie    4- Bună    5-Foarte bună

Puteți relata cazuri de discriminare a femeilor în cadrul companiei?

**8. Cum apreciați respectarea drepturilor minorităților în cadrul companiei? ( minorități etnice, religioase sau sexuale)**

- 0- Foarte slabă    1- Nesatisfăcătoare    2- Satisfăcătoare    3- Medie    4- Bună    5-Foarte bună

Puteți relata cazuri de discriminare a minorităților în cadrul companiei ?

**9. Cunoașteți cazuri de hărțuire sexuală în cadrul companie?**

- da       nu

**10. Compania utilizează bănci de date computerizate cuprinzând informații despre angajați?**

- da       nu

**11. Activitatea angajaților este supravegheată electronic?**

- da       nu

**12. Marcați care dintre următoarele teste sunt aplicate angajaților companiei:**

Teste pentru depistarea consumului de droguri

Teste genetice

Teste poligraf

Teste pentru depistarea consumului de alcool

Teste HIV/ SIDA

Teste de onestitate

**13. Considerați etică aplicarea următoarelor teste?**

DA      NU

Teste pentru depistarea consumului de droguri  
 Teste genetice  
 Teste poligraf  
 Teste pentru depistarea consumului de alcool  
 Teste HIV/ SIDA  
 Teste de onestitate

**14. Cum apreciați transparența deciziilor în rândul angajaților?**

0- Foarte slabă 1- Nesatisfăcătoare 2- Satisfăcătoare 3- Medie 4- Bună 5-Foarte bună

**15. Cum apreciați loialitatea angajaților față de companie?**

0- Foarte slabă 1- Nesatisfăcătoare 2- Satisfăcătoare 3- Medie 4- Bună 5-Foarte bună

**16. Dacă ați descoperi o încălcare gravă a normelor de etică în afaceri din partea companiei, ați face cunoscut opiniei publice acest fapt?**

da  nu

**17. Căroră dintre următoarele categorii de stakeholderi primari (acționari, creditor, angajați, furnizori, clienți, competitori, distribuitori) credeți că ar trebui compania să le acorde o importanță crescută în viitor?**

LOCUL I ....., LOCUL II ....., LOCUL III .....

**18. Căroră dintre următoarele categorii de stakeholderi secundari (comunități locale, guvern, investitori străini, grupurile de activiști sociali, mass-media, publicul larg) credeți că ar trebui compania să le acorde o importanță crescută în viitor?**

LOCUL I ....., LOCUL II ....., LOCUL III .....

**3.6. Analiza și tratarea datelor**

**3.6.1. Analiza univariată a datelor**

**Întrebarea 1:** Prin intermediul acestei întrebări s-a dorit realizarea unei delimitări ample a poziției ocupate de respondenți în cadrul companiei, chestionarul fiind anonim. În cadrul cercetării efectuate s-a urmărit să se asigure existența unor respondenți din ambele categorii (cei care ocupă o poziție managerială și cei care ocupă o poziție executivă). Aceasta este o întrebare închisă de tip scală dihotomică.

**Tabelul 3.2. Poziția ocupată în companie**

		Frecv. abs.	Frecv. rel.	Frecv. rel. validă	Frecv. rel. cumulată
Răspunsuri valide	managerială	7	14.0	14.0	14.0
	executivă	43	86.0	86.0	100.0

Majoritatea ocupă o poziție executivă, existând 7 respondenți cu o poziție managerială.

**Întrebarea 2:** Prin această întrebare s-a dorit să se determine vechimea în companie a respondenților. Este o întrebare închisă, cu patru variante de răspuns.

**Tabelul 3.3. Vechimea în cadrul companiei**

		Frecv. abs.	Frecv. rel.	Frecv. rel. validă	Frecv. rel. cumulată
Răspunsuri valide	de mai puțin de 1 an	2	4.0	4.0	4.0
	de 1-5 ani	1	2.0	2.0	6.0
	de 5-10 ani	6	12.0	12.0	18.0
	de peste 10 ani	41	82.0	82.0	100.0

**Întrebările 3, 4, 5 și 6:** Doresc să determine atitudinea angajaților față de corectitudinea politicilor companiei de angajare, promovare, concediere și asigurare a securității muncii.

**Tabelul 3.4. Atitudinea angajaților față de politicile de personal ale companiei**

Cum apreciați:	corectitudinea practicilor de angajare?	corectitudinea politicilor de promovare?	corectitudinea situațiilor de concediere?	securitatea muncii în cadrul companiei?
Răspunsuri valide	50	49	50	50
Non-răspunsuri	0	1	0	0
Media	3.02	3.18	3.14	3.84
Abaterea standard	1.392	1.185	1.125	1.095
Minimum	0	0	1	0
Maximum	5	5	5	5

Majoritatea angajaților apreciază corectitudinea politicilor de personal ale companiei atribuind valori cuprinse între 3,02 și 3,84, corespunzătoare unei aprecieri medii. Cele mai corecte sunt apreciate a fi politicile de asigurare a siguranței la locul de muncă, urmând în ordine descrescătoare cele de promovare și de concediere a personalului.

**Întrebarea 7:** Această întrebare le solicită angajaților să aprecieze dacă compania le oferă un plan adecvat de dezvoltare a carierei. Acesta este o întrebare închisă de tip scală dihotomică.

**Tabelul 3.5. Aprecierea existenței unui plan adecvat de dezvoltare a carierei**

		Frecv. abs.	Frecv. rel.	Frecv. rel. validă	Frecv. rel. cumulată
Răspunsuri valide	Nu	21	42.0	43.8	43.8
	Da	27	54.0	56.3	100.0
Non-răspunsuri		2	4.0		

Analizând răspunsurile oferite, se poate observa că peste jumătate din angajații chestionați, consideră că această companie le oferă un plan adecvat de dezvoltare a carierei.

**Întrebările 8, 9, 15 și 16:** Aceste întrebări urmăresc să surprindă atitudinea angajaților cu privire la evitarea discriminărilor de orice fel din cadrul companiei, felul în care angajații percep modul în care deciziile sunt luate precum și loialitatea pe care o simt față de companie.

**Tabelul 3.6. Aprecierea angajaților cu privire la egalitatea șanselor pentru femei, minorități, transparența deciziilor și loialitatea angajaților**

Cum apreciați:	situația respectării egalității șanselor pentru femei?	Respectarea drepturilor minorităților în cadrul companiei?	Transparenta deciziilor?	Loialitatea angajaților?
Răspunsuri valide	50	50	46	49
Non-răspunsuri	0	0	4	1
Media	3.74	4.00	3.13	3.59
Abaterea standard	1.337	1.262	1.147	1.189
Minimum	0	0	0	0
Maximum	5	5	5	5

Se poate constata faptul egalitatea șanselor pentru femei, respectarea drepturilor minorităților și transparența deciziilor sunt considerate a fi medii, în timp ce respectarea drepturilor minorităților este considerată a fi bună.

**Întrebarea 10:** Aceasta este o întrebare închisă de tip scală dihotomică care urmărește să surprindă dacă angajații consideră că în cadrul companiei au existat cazuri de hărțuire sexuală.

**Tabelul 3.7. Ponderea angajaților care au declarat că știu cazuri de hărțuire sexuală**

		Frecv. abs.	Frecv. rel.	Frecv. rel. validă	Frecv. rel. cumulată
Răspunsuri valide	Nu	47	94.0	94.0	94.0
	Da	3	6.0	6.0	100.0

Doar trei respondenți din totalul celor 50, adică 6% dintre ei au declarat faptul că știu că ar fi existat cazuri de hărțuire sexuală în cadrul companiei.

**Întrebările 11 și 12:** Urmăresc să stabilească măsura în care angajații consideră că datele lor sunt prelucrate cu ajutorul computerului și activitatea lor este supravegheată electronic.

**Tabelul 3.8. Utilizarea băncilor de date și a supravegheții electronice a angajaților**

		Frecv. abs.	Frecv. rel.	Frecv. rel. validă	Frecv. rel. cumulată
<b>Compania utilizează bănci de date computerizate cuprinzând informații despre angajați?</b>					
Răspunsuri valide	Nu	9	18.0	18.4	18.4
	Da	40	80.0	81.6	100.0
Non-răspunsuri		1	2.0		
<b>Activitatea angajaților este supravegheată electronic?</b>					
Răspunsuri valide	Nu	12	24.0	24.5	24.5
	Da	37	74.0	74.5	100.0
Non-răspunsuri		1	2.0		

**Întrebarea 13:** În acest caz sunt prezentate șase tipuri de teste, solicitându-se angajaților să bifeze unul sau mai multe teste care le-au fost aplicate din partea companiei.

**Tabelul 3.9. Testele aplicate angajaților**

Testul	Frecvență de apariție	
	Absolută	Relativă
Teste pentru depistarea consumului de droguri	0	0%
Teste genetice	0	0%
Teste poligraf	0	0%
Teste pentru depistarea consumului de alcool	5	10%
Teste HIV/ SIDA	0	0%
Teste de onestitate	6	12%

Din răspunsurile angajaților se poate constata că le-au fost aplicate doar două tipuri de teste, de onestitate și pentru depistarea consumului de alcool, cele mai des utilizate fiind testele de onestitate, 12% din respondenți susținând că au fost testați în acest mod.

**Întrebarea 14:** Aceasta este o întrebare care urmărește să surprindă părerea angajaților cu privire la cât de etică este aplicarea unor astfel de teste în cadrul unei companii.

**Tabelul 3.10. Măsura în care angajații consideră etică aplicarea diferitelor teste**

Considerați etică aplicarea testelor (Frecvențe relative)		pentru depistarea consumului de droguri	genetice	poligraf	pentru depistarea consumului de alcool	HIV/SIDA	de onestitate
Răspunsuri valide	Nu	30.0	78.0	70.0	28.0	70.0	44.0
	Da	50.0	2.0	10.0	50.0	10.0	38.0
Non-răspunsuri		20.0	20.0	20.0	22.0	20.0	18.0

Se observă că aplicările testelor pentru depistarea consumului de droguri și a testelor pentru depistarea consumului de alcool sunt considerate de jumătate din respondenți ca fiind etice, în schimb ce aplicările testelor genetice, poligraf, HIV/SIDA și de onestitate sunt considerate neetice.

**Întrebarea 17:** Urmărește să evidențieze cât declară angajații că ar fi de dispuși să facă cunoscută public o abatere gravă din partea companiei. Întrebarea este de tip scală dihotomică.

**Tabelul 3.11. Măsura în care angajații declară că ar face publică o încălcare a normelor etice**

		Frecv. abs.	Frecv. rel.	Frecv. rel. validă	Frecv. rel. cumulată
Răspunsuri valide	Nu	29	58.0	60.4	60.4
	Da	19	38.0	39.6	100.0
Non-răspunsuri		2	4.0		



Analizând răspunsurile oferite de angajați putem observa că 58% dintre ei declară că nu ar face cunoscută opiniei publice o încălcare gravă a normelor de etică în afaceri.

**Întrebările 18 și 19:** Aceste ultime întrebări cer angajaților să-și exprime opinia cu privire la importanța pe care compania ar trebui să o acorde în viitor categoriilor de stakeholderi.

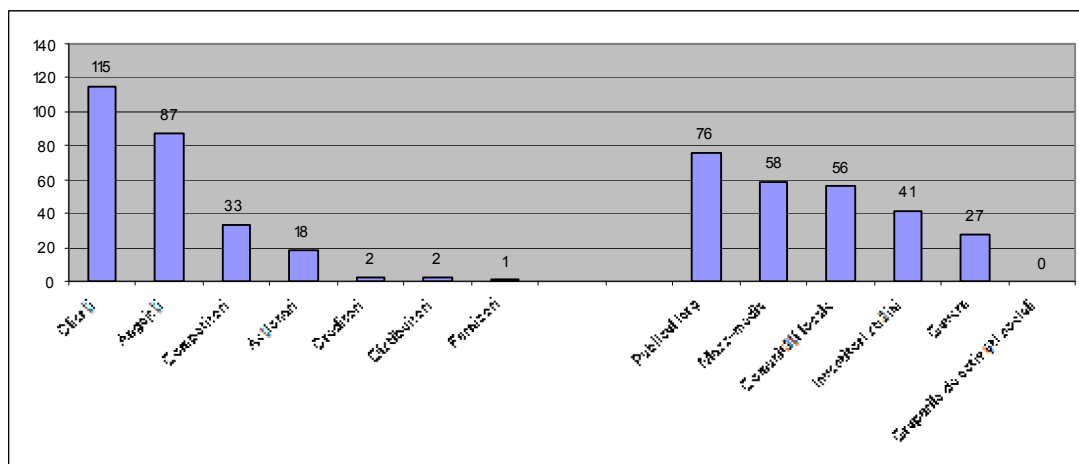
**Tabelul 3.12. Importanța acordată diferitelor categorii de stakeholderi primari și secundari**

	Stakeholderi primari			Stakeholderi secundari			
	Locul I	Locul II	Locul III	Locul I	Locul II	Locul III	
1. Acționari	2	2	8	1. Comunități locale	13	4	9
2. Creditori			2	2. Guvern	4	6	3
3. Angajați	11	23	8	3. Investitori străini	4	5	19
4. Furnizori			1	4. Activiștii sociali			
5. Clienți	30	12	1	5. Mass-media	3	21	7
6. Competitori		5	23	6. Publicul larg	19	7	5
7. Distribuitori		1					

Pentru a putea realiza o ierarhie a stakeholderilor se vor acorda puncte pentru fiecare loc și se va determina un punctaj calculat pentru fiecare categorie de stakeholderi: **Locul I – 3 puncte, Locul II – 2 puncte, Locul III – 1 punct.**

**Tabelul 3.13. Punctajele calculate pentru categoriile de stakeholderi primari și secundari**

	Stakeholderi primari		Stakeholderi secundari	
	Formula	Punctaj	Formula	Punctaj
1. Acționari	$2*3+2*2+8*1$	18	$13*3+4*2+9*1$	56
2. Creditori	$0*3+0*2+2*1$	2	$4*3+6*2+3*1$	27
3. Angajați	$11*3+23*2+8*1$	87	$4*3+5*2+19*1$	41
4. Furnizori	$0*3+0*2+1*1$	1	$0*3+0*2+0*1$	0
5. Clienți	$30*3+12*2+1*1$	115	$3*3+21*2+7*1$	58
6. Competitori	$0*3+5*2+23*1$	33	$19*3+7*2+5*1$	76
7. Distribuitori	$0*3+1*2+0*1$	2		



**Figura 3.1. Ierarhia stakeholderilor primari și secundari în opinia angajaților**

### 3.6.2. Analiza bivariată a datelor

**Asocierea între poziția ocupată în companie și aprecierea corectitudinii situațiilor de concediere** - Pentru a verifica ipoteza existenței unei legături semnificative din punct de vedere

statistic între variabila „poziția ocupată în companie” și variabila „aprecierea corectitudinii situațiilor de concediere”, se utilizează analiza bivariată inferențială. Se parcurg următoarele etape:

**Etapa 1: Se formulează o ipoteză nulă și o ipoteză alternativă:** Ipoteza nulă (H0): Între variabilele „poziția ocupată în companie” și „aprecierea corectitudinii situațiilor de concediere” nu există o legătură semnificativă statistic; ipoteza alternativă (H1): Între variabilele „poziția ocupată în companie” și „aprecierea corectitudinii situațiilor de concediere” există o legătură semnificativă statistic.

**Etapa a 2-a: Alegerea testului statistic potrivit :**Întrucât ambele variabile sunt măsurate la nivel nominal vom folosi testul  $\chi^2$  bivariat.

**Etapa a 3-a: Se alege nivelul de semnificație:** Nivelul de semnificație ales este  $\alpha = 0,05$  ( $\alpha = 5\%$ )

**Etapa a 4-a: Se determină valoarea teoretică a statisticii**

$$\left. \begin{aligned} \alpha = 0,05 \Rightarrow p=1-\alpha = 1-0,05 = 0,95 \\ df = (r-1)(c-1) = (2-1)(6-1) = 1*5 = 5 \end{aligned} \right\} \Rightarrow \chi^2_t = 11,07$$

**Etapa a 5-a: Se determină valoarea calculată a statisticii**

**Tabelul 3.14. Testul  $\chi^2$  bivariat**

	Valori	Grade de libertate
$\chi^2$ calculat	12,283	5
Răspunsuri valide	50	
Coeficientul lui Cramer (V)	0,621	

**Etapa a 6-a: Se compară valoarea  $\chi^2_t$  cu valoarea  $\chi^2_c$  :**  $\chi^2_c > \chi^2_t$  ( $12,283 > 11,07$ )  $\Rightarrow$  ipoteza nulă se respinge, se acceptă ipoteza alternativă. **Concluzie:** Între variabilele „poziția ocupată în companie” și „aprecierea corectitudinii situațiilor de concediere” există o legătură semnificativă din punct de vedere statistic” (variabilele analizate sunt variabile asociate sau dependente). Această concluzie este garantată cu o probabilitate de 95%. Pentru a măsura intensitatea asocierii dintre cele

două variabile analizate se utilizează coeficientul lui Cramer (V), determinat după relația:  $V = \sqrt{\frac{\chi^2}{nt}}$ ,

unde  $t = \min [(r-1)(c-1)]$ . Acest coeficient ia valori între 0 și 1. Cu cât V este mai aproape de 1 legătura dintre variabilele analizate este mai puternică. În cazul nostru, coeficientul are valoarea 0,62 ceea ce indică existența unei legături destul de puternice între cele două variabile analizate.

#### 4. Concluzii

Pentru a evalua nivelul de asumare al responsabilității sociale față de angajații unei companii am recurs la aplicarea unui chestionar, întrebările acestuia fiind alese și structurate astfel încât să corespundă aspectelor teoretice prezentate ale lucrării. În urma prelucrării statistice a datelor, profilul tip al respondentului care se distinge este următorul : angajatul ocupă o poziție executivă, are o vechime în companie de peste 10 ani, apreciază securitatea muncii în cadrul companiei, corectitudinea politicilor de promovare, corectitudinea practicilor de angajare și corectitudinea situațiilor de concediere, în ordine descrescătoare, ca fiind medii, consideră că i se acordă un plan adecvat de dezvoltare a carierei în cadrul companiei, apreciază respectarea drepturilor minorităților în cadrul companiei ca fiind bună, iar situația respectării egalității șanselor pentru femei, loialitatea angajaților față de companie și transparența deciziilor în rândul angajaților ca fiind medii. Considera etică aplicarea testelor pentru depistarea consumului de droguri și alcool. În cazul în care ar cunoaște o abatere gravă din partea companiei, nu ar face cunoscut acest lucru publicului larg, iar dintre stakeholderii îi consideră cei mai importanți pe clienți, angajați și competitori, dintre

stakeholderii primari și publicul larg, mass-media și comunitățile locale, dintre stakeholderii secundari.

Acest tip de evaluare a percepțiilor angajaților cu privire la diferite aspecte ale asumării responsabilității sociale în ceea ce îi privește se poate dovedi eficient pentru managementul resurselor umane. Concluziile unei astfel de evaluări pot fi utilizate pentru obținerea unei imagini de ansamblu dar și depistarea unor eventuale abateri de la codurile de conduită morală. Se vor diagnostica astfel aspectele problematice și se va ști în spre ce direcție vor trebui canalizate eforturile viitoare pentru crearea unui climat de muncă adecvat, fapt necesar deoarece angajații valoroși sunt tot mai mult atrase de acele companii care sunt preocupate de respectarea drepturilor morale ale angajaților lor și care sunt percepute că adoptă un comportament de responsabilitate socială.

Efectuarea unor astfel de evaluări, denotă o atitudine proactivă din partea companiilor, ele trebuind să facă parte dintr-un efort continuu și sistematic de supraveghere a relației cu angajații. Managerii de resurse umane pot lua astfel măsuri înainte să apară situații de criză și fenomene precum cel de whistle-blowing, când încălcarea drepturilor devine atât de gravă încât angajații ajung în situația de a face publice aceste abateri, compromițând imaginea companiei, și afectând probabil relația acesteia și cu alte categorii de stakeholderi.

## **Bibliografie**

1. Frederick, W. C., Post, J. E., Davis, K. - *Business and society. Corporate Strategy, Public Policy, Ethics*, Ed. McGraw Hill Inc., 1992