

ISTRAŽIVANJE POVEZANOSTI ETIČKE KLIME I ORGANIZACIONIH INOVACIJA U IT SEKTORU SRBIJE

Vesna Šćepanović¹, Ivan Šćepanović², Srđan Žikić³, Mirjana Stevanović⁴

Apstrakt

U savremenom poslovnom okruženju inovacije predstavljaju važnu komponentu uspeha organizacije. Ovaj rad istražuje prirodu međusobnog odnosa etičkih praksi i inovativnosti. Kompanije koje poštuju etičke norme često uživaju veće poverenje potrošača dok neetičko ponašanje može ometati kreativne procese, stvarajući strah i nepoverenje među zaposlenima. U istraživanju koje je sprovedeno za potrebe ovog rada korišćena su dva standardizovana upitnika - The Ethical Climate Questionnaire (ECQ) i Instrument KEYS to Creativity and Innovation (KEYS). Istraživanje je sprovedeno u IT kompanijama koje posluju na teritoriji Republike Srbije u periodu od decembra 2023. do jula 2024. godine. Ovaj rad se bavi pitanjem na koji način etički odnosi unutar organizacije utiču na inovativno ponašanje zaposlenih. Dobijeni rezultati ukazuju na to da određene dimenzije etičke klime mogu značajno uticati na razvoj inovativnog okruženja, odnosno da pozitivna etička klima u organizaciji stimulatивно deluje na komponente inovativno/kreativnog radnog okruženja.

Ključne reči: Organizaciona etika, inovativnost, kreativnost.

Uvod

U savremenom poslovnom svetu u kome su transparentnost i društvena odgovornost sve važniji, etički okvir postaje ne samo moralna obaveza, već i strateška prednost. Etika u organizacijama definiše kako se vrednosti i principi primenjuju u svakodnevnom poslovanju, utičući na odluke koje se donose na svim nivoima (Treviño and Nelsonu, 2016. Osim što utiče na potrošače, etičnost takođe igra vitalnu ulogu u sposobnosti organizacije za kreativnost i inovativnost. Organizacije koje primenjuju etičke prakse podstiču kreativnost i inovativno razmišljanje među zaposlenima (Haugh and Talwar 2010). Kada se zaposleni osećaju sigurnima i podržanima u etičkom okruženju, skloniji su preuzimanju

¹Vesna Šćepanović, dr, Docent, Visoka škola akademskih studija „Dositej“, Bulevar vojvode Putnika 7, 11000 Beograd, Republika Srbija, Тел: +381 64 8130153, e-mail: vesna.scepanovic@vsdositej.edu.rs

²Ivan Šćepanović, dr, Vanredni profesor, Visoka škola akademskih studija „Dositej“, Bulevar vojvode Putnika 7, 11000 Beograd, Republika Srbija, Тел: +381 64 8130154, e-mail: ivan.scepanovic@vsdositej.edu.rs

³Srđan Žikić, dr, Redovni profesor, Fakultet društvenih nauka, Bulevar umetnosti 2a, 11000 Beograd, Srbija, e-mail: srdjan.zikic@fdn.edu.rs

⁴Mirjana Stevanović, dr, Redovni profesor, Visoka škola akademskih studija „Dositej“, Bulevar vojvode Putnika 7, 11000 Beograd, Republika Srbija, Тел: +381 64 5551600, e-mail: mirjana.scepanovic@vsdositej.edu.rs

rizika i deljenju ideja, što može dovesti do značajnih inovacija. Neetičko ponašanje u organizaciji može stvoriti kulturu straha koja potkopava inovaciju i kreativnost. U takvom okruženju, zaposleni su često oprezni i ne žele da dele nove ideje, što može dovesti do stagnacije i gubitka tržišne pozicije. Danas se etičnost organizacije ne može posmatrati kao dodatak već kao sastavni deo strategije. Organizacije koje uspešno integrišu etičke prakse u svoje poslovne modele ne samo da doprinose društvu, već i lakše ostvaruju održiv rast. Kroz usvajanje etičkih principa, organizacije mogu izgraditi poverenje, podstaći inovacije i stvoriti održive poslovne modele.

Inovativni potencijal IT organizacije

Kultura koja podstiče inovacije ne samo da motiviše zaposlene, nego i stvara okruženje u kojem su nove ideje dobrodošle i podržane. Inovacije u IT sektoru danas su pokretač tehnološkog napretka i sveopšteg ekonomskog razvoja. Specifične karakteristike inovacija u IT sektoru odnose se na njihovu brzinu, obim i način primene, uz stalne promene koje preoblikuju tržišta i poslovne modele. Inovacije u ovoj oblasti po pravilu imaju kraći životni ciklus u poređenju sa tradicionalnim industrijama, zbog čega kompanije moraju da reaguju brzo kako bi ostale konkurentne (Sawyer and Henriksen 2023). Jedna od ključnih karakteristika inovacija u IT sektoru jeste njihova disruptivna priroda. Disruptivne inovacije su one koje radikalno menjaju tržišta, proizvode i usluge, istiskujući prethodne tehnologije ili modele. Ove tehnologije ne samo da transformišu IT industriju već imaju šire posledice na druge sektore, kao što su finansije, zdravstvo i obrazovanje. Sposobnost skaliranja čini IT sektor izrazito konkurentnim i otvorenim za nove učesnike. Uopšteno govoreći, inovacije u IT sektoru karakteriše visoka dinamika, disruptivnost, skalabilnost i oslanjanje na kolaboraciju, što ih čini pogodnim katalizatorima u oblikovanju budućnosti različitih industrija. Brzina kojom se nove tehnologije razvijaju i primenjuju omogućava stalno prilagođavanje i transformaciju, ali istovremeno stvara izazove za kompanije koje žele da održe konkurentsku prednost.

Uzorak i izbor metoda analize rezultata

Glavno istraživanje sprovedeno je u periodu decembar 2023 – juli 2024. godine na prostoru Republike Srbije. Uzorak su činili ispitanici zaposleni u IT sektoru na teritorijama sledećih opština i gradova: Beograd, Novi Sad, Pančevo, Mladenovac, i Niš. Za distribuiranje je pripremljeno 600 upitnika koji su u sebi sadržali dva standardizovana upitnika - ECQ i instrument KEYS. Nakon anketiranja odbaceno je 45 neispravnih upitnika. Procenat ispravno popunjenih upitnika je 92,5%, odnosno 555 upitnika. 380 ispitanika je muškog a 175 ženskog pola. 75 ispitanika radi u organizacijama koje imaju do 5 zaposlenih, 69 u onima koje imaju od do 10 radnika. 100 u organizacijama koje broje od 10 do 30 zaposlenih. 146 onih koji rade u organizacijama koje imaju od 30 do 100 zaposlenih i 165 njih koji rade u kompanijama sa preko 100 zaposlenih. 259 ispitanika radi sa završenom srednjom školom, 91 ima završene strukovne studije, 188 akademske i 17 njih ima magistraturu ili doktorat. Ukupno 411 ispitanika radi u organizacijama u privatnom vlasništvu, 61 u državnim kompanijama a 80 u

javnom sektoru. Korelaciona analiza je obavljena kako bi se ispitala jačina i smer linearnih veza između promenljivih. Regresiona analiza je primenjena da bi se utvrdio stepen do koga mogu da se predvide inovativno/kreativne karakteristike radnog okruženja. Chow test smo upotrebili za utvrđivanje postojanja moderatornog uticaja nezavisnih promenljivih na veze dimenzija etičke klime i elemenata inovativno/kreativnog radnog okruženja u organizacijama u Srbiji. Za obradu svih prikupljenih podataka korišćen je softverski paket IBM SPSS Statistics.

The Ethical Climate Questionnaire

ECQ je instrument razvijen za merenje etičke klime unutar organizacija. Razvili su ga Victor i Cullen 1987. godine. Ovaj instrument pomaže istraživačima i praktičarima da bolje razumeju kako etički principi utiču na ponašanje zaposlenih i opštu organizacionu kulturu. Etička klima organizacije može se opisati kao kolektivni percepcijski okvir koji oblikuje odluke i ponašanja unutar te organizacije (Victor and Cullen, 1988). ECQ omogućava identifikaciju različitih dimenzija etičke klime, uključujući individualističke, kolektivističke i utilitarističke perspektive, čime se omogućava holistički pristup analizi etičkog ponašanja. Jedna od ključnih prednosti ECQ-a je njegova sposobnost da razdvoji različite aspekte etičke klime. Instrument omogućava dublje razumevanje kako različiti faktori, poput organizacione kulture i liderstva, utiču na etičke norme (Erez and Somech, 2007). Victor i Cullen 1987. godine identifikuju pet osnovnih dimenzija etičke klime koje se odnose na različite kriterijume moralnog prosuđivanja i nivoa analiziranja etičkih problema. Ove dimenzije su razvrstane korišćenjem dva glavna kriterijuma: (1) referentni okvir za donošenje etičkih odluka i (2) etički kriterijumi koji se primenjuju. Referentni okvir za donošenje etičkih odluka deli dimenzije na A) Individualni nivo analize (Individual level): Na ovom nivou, etička klima se fokusira na lične vrednosti i standarde pojedinaca. Zaposleni donose odluke na osnovu ličnih interesa ili individualnih moralnih standarda. B) Lokalni nivo analize (Local level): Ovde se etičke odluke donose na osnovu normi i vrednosti grupe, organizacionih pravila i politike kompanije. To znači da zaposleni teže da usklade svoje ponašanje sa očekivanjima organizacije ili tima. C) Kosmopolitski nivo analize (Cosmopolitan level): Na ovom nivou, etičko ponašanje se zasniva na širim društvenim vrednostima i univerzalnim moralnim principima, kao što su pravda, zakonska regulativa ili dobrobit šire zajednice. Pored nivoa analize, ECQ razlikuje i tri osnovna kriterijuma moralnog prosuđivanja. A) Egoizam (Egoism): Ovaj kriterijum podrazumeva donošenje odluka na osnovu sopstvenog interesa, gde se etičko ponašanje definiše kroz maksimizaciju lične koristi. B) Benevolencija (Benevolence): Ova dimenzija fokusira se na donošenje odluka koje će koristiti drugima, kao što su saradnici ili organizacija u celini. C) Principi (Principle):

Tabela 1. Skale instrumenta ECQ

| Etička klima | Nivo analize | Skala |
|---------------|---------------|-------|
| Egoistična | Individualni | EI |
| | Lokalni | EL |
| | Kosmopolitski | CL |
| Benevolentna | Individualni | BI |
| | Lokalni | BL |
| | Kosmopolitski | PB |
| Principijelna | Individualni | PI |
| | Lokalni | PL |
| | Kosmopolitski | CL |

Ovaj kriterijum uključuje donošenje odluka koje su zasnovane na univerzalnim etičkim principima, pravilima i zakonima. U Tabeli 1. predstavljene su skale instrumenta ECQ). Od svog razvoja 1987. godine, ECQ je postao je jedan od najčešće korišćenih instrumenata za merenje etičke klime u organizacijama. Kroz decenije, ECQ je upotrebljen u stotinama istraživanja u različitim industrijama, kulturama i kontekstima, posebno u oblasti poslovne etike, menadžmenta, organizacionog ponašanja i ljudskih resursa.

Instrument KEYS

Instrument KEYS je alat razvijen za merenje i analizu ključnih faktora koji utiču na kreativnost i inovacije unutar organizacija. Prema Amabile (1996), "kreativnost se ne dešava u vakuumu; ona je rezultat interakcije između pojedinaca i njihovog okruženja". Upitnik KEYS pomaže u identifikaciji ovih interakcija kroz analizu različitih dimenzija, uključujući organizacionu kulturu, timsku dinamiku i individualne osobine. Jedna od ključnih komponenti upitnika je fokus na podršku koju zaposleni dobijaju od svojih lidera. Liderstvo koje podstiče inovativnost stvara kulturu u kojoj se zaposleni osećaju osnaženo da izraze svoje ideje" (Erez and Somech, 2007). Ovaj aspekt upitnika omogućava organizacijama da procene kako njihovo liderstvo utiče na kreativni kapacitet timova. Upitnik takođe istražuje resurse dostupne zaposlenima. Pristup resursima, kao što su obuka i razvoj veština, direktno utiče na sposobnost timova da proizvode inovativna rešenja (Henriksen and Henriksen, 2024). Ove informacije su ključne za identifikaciju potencijalnih područja za poboljšanje i ulaganje u razvoj ljudskih resursa. Osim toga, KEYS omogućava analizu timske dinamike i međusobne saradnje. Sposobnost timova da rade zajedno i dele ideje je od suštinskog značaja za podsticanje kreativnosti (Lee and Lebeck, 2023).

KEYS se sastoji od ukupno osam prediktorskih supskala i dve kriterijumske skale. Šest prediktorskih supskala ima "pozitivan predznak" – sa povećanjem vrednosti skora na prediktorskoj skali povećava se i verovatnoća pojave kreativnosti. Ove skale se nazivaju *stimulišuće skale KEYS-a*. Pored navedenih šest prediktorskih supskala, dodatne dve imaju negativan predznak – supskale *Preopterećenost poslom* i *Organizacione smetnje ispoljavanju kreativnosti*. U sastavu instrumenta nalaze se i dve kriterijumske supskale – *Kreativnost* i *Produktivnost*. Model KEYS je razvijen na osnovu pregleda rezultata dotadašnjih istraživanja i rezultata intervjua koje je sproveo ukupno 120 istraživača, a u kome se od ispitanika tražilo

da opišu najkreativniji i najnekreativniji zadatak na čijem su rešavanju bili angažovani (Amabile, 1995). Instrument KEYS se sastoji od sledećih subskala: Sloboda/Autonomija u radu, Podrška od strane direktno pretpostavljenog, Podrška unutar tima/radne grupe, Ohrabrivanje kreativnosti od strane organizacije, Organizacione smetnje ispoljavanju kreativnosti, Raspoloživost resursa, Preopterećenje poslom. Pred toga instrument sadrži i dve kriterijumske varijable Kreativnost i Produktivnost opisuju percepciju ishoda od strane ispitanika. Ovaj upitnik je posebno cenjen zbog svoje sposobnosti da proceni percepciju radnog okruženja i njen uticaj na kreativne rezultate i kao takav KEYS se smatra pouzdanim i validiranim alatom u oblasti organizacione psihologije za procenu kreativne i inovativne klime.

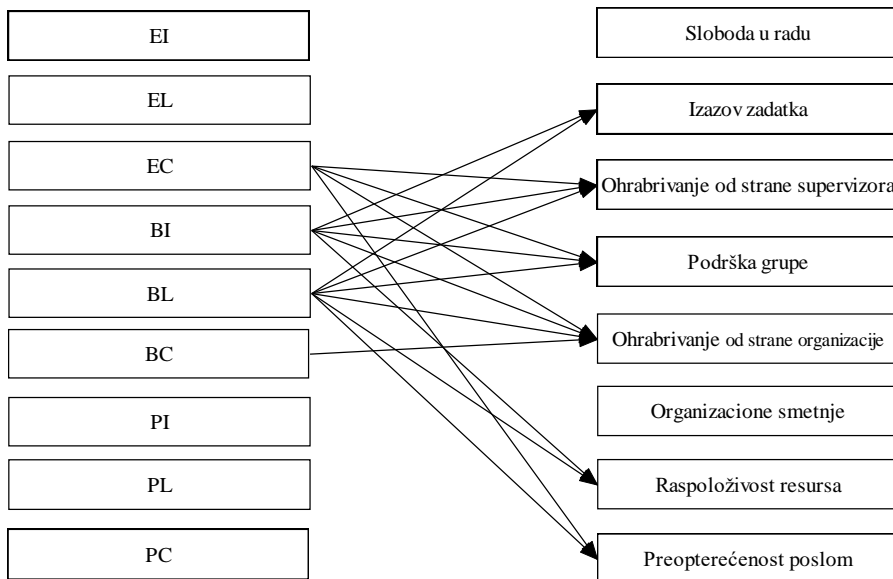
Rezultati istraživanja

U Tabeli 2. prikazani su koeficijenti korelacije devet skorova skala dela instrumenta ECQ sa deset dimenzija konstrukta KEYS – osam prediktorskih i dve kriterijumske dimenzije. Analizom dobijenih rezultata uočava se ukupno 14 jakih korelacija.

Tabela 2. Povezanost dimenzija etičke klime i elemenata inovativno/kreativnog radnog okruženja u organizacijama na teritoriji Republike Srbije

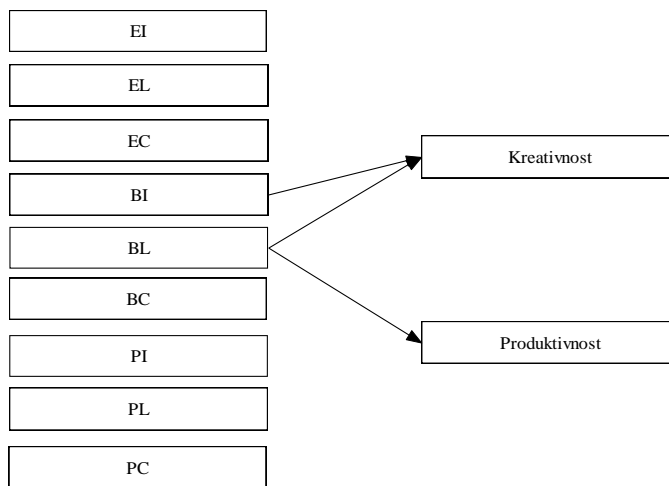
| | EI | EL | EC | BI | BL | BC | PI | PL | PC |
|-------------------------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| Sloboda u radu | .172 | .222 | .319 | .327 | .378 | .326 | .316 | .270 | .223 |
| Izazov zadatka | .201 | .297 | .414 | .533 | .597 | .410 | .405 | .389 | .407 |
| Ohrabrivanje od strane supervizora | .026 | .330 | .503 | .518 | .603 | .444 | .414 | .462 | .480 |
| Podrška od strane grupe | .107 | .344 | .551 | .521 | .533 | .412 | .366 | .389 | .368 |
| Ohrabrivanje od strane organizacije | .040 | .377 | .512 | .604 | .705 | .513 | .466 | .449 | .445 |
| Organizacione smetnje | .074 | .004 | .151 | .099 | .096 | .027 | .040 | .066 | .104 |
| Raspoloživost resursa | .074 | .315 | .474 | .440 | .418 | .360 | .357 | .411 | .401 |
| Preopterećenje poslom | .166 | .180 | .228 | .222 | .287 | .207 | .149 | .196 | .201 |
| Kreativnost | .091 | .291 | .417 | .510 | .552 | .410 | .405 | .373 | .337 |
| Produktivnost | .093 | .365 | .557 | .417 | .522 | .346 | .349 | .459 | .432 |

Na Slici 1. prikazan je korelacioni model povezanosti dimenzija etičke klime i prediktorskih dimenzija inovativno/kreativnog radnog okruženja u organizacijama na teritoriji Republike Srbije – MK5.



Slika 1. Povezanost dimenzija etičke klime i prediktorskih dimenzija inovativno/kreativnog radnog okruženja - MK5

Na Slici 2. prikazan je korelacioni model povezanosti dimenzija posvećenosti i kriterijumskih dimenzija inovativno/kreativnog radnog okruženja u organizacijama na teritoriji Republike Srbije – MK5a.



Slika 2. Povezanost dimenzija etičke klime i prediktorskih dimenzija inovativno/kreativnog radnog okruženja– MK5a

U cilju određivanja veza svake od elemenata konstrukta KEYS sa skupom nezavisnih promenljivih, koje čine skorovi skala posmatranih dimenzija ECQ, njihovog znaka i značajnosti upotrebljena je hijerarhijska multipla linearna regresija. Na osnovu dobijenih rezultata kreirani su regresioni modeli i utvrđen moderatorni uticaj demografskih varijabli – *Veličina organizacije* i *Tip vlasništva* na identifikovane veze. Dobijeni model će biti upotrebljen za kreiranje

Integralnog modela povezanosti nekih dimenzija organizacione klime sa elementima inovativno/kreativnog radnog okruženja u organizacijama. Cilj kreiranja modela je da, poznajući instrument za određivanje Percepcije etičnosti organizacije, istraživači i menadžeri u budućnosti mogu da odrede i procene nivoe Percepcije etičnosti organizacije u posmatranoj/svojoj organizaciji. Korišćenjem podataka iz istraživanja u prvom koraku mogu da identifikuju kritične tačke etičnosti organizacije, i dalje, upotrebom modela identifikuju prediktore kritičnih tačaka i odrede dalje pravce svog delovanja, a sve u cilju unapređenja bilo percepcije etičnosti organizacije, bilo kreiranja boljeg inovativno/kreativnog radnog okruženja. Rezultati pokazuju da je u svim supskalama KEYS upitnika *Percepcija etičnosti* značajan prediktor ispoljavanja kreativnosti (izuzev u slučaju skale KEYS6 - Organizacione smetnje ispoljavanju kreativnosti) pri čemu se procenat objašnjene varijanse u slučaju predikcija kreće od 6.9 za Organizacione smetnje ispoljavanju kreativnosti do 54.1 za Ohrabrivanje kreativnosti od strane organizacije. Uvođenje karakteristika organizacije i zaposlenih značajno unapređuje predikciju u slučaju objašnjenja svih aspekata KEYS, osim skale Organizacione smetnje ispoljavanju kreativnosti pri čemu je promena procenta objašnjenja varijanse relativno niska i u slučaju značajnih predikcija se kreće od 3.2 za dimenziju Organizacione smetnje ispoljavanju kreativnosti, do 47.3 za Podrška od strane direktnog pretpostavljenog. Moderatorni efekat bloka nezavisnih varijabli na povezanost percepcije etičnosti statistički je značajna za sve aspekte KEYS na nivou greške .05 (Tabela 3). Parametri modela prikazani su u Tabeli 3.

Tabela 3. Parametri regresionog modela povezanosti skale Percepcija etičnosti organizacije sa dimenzijama inovativno/kreativnog radnog okruženja

| | | R | R ² | Stand. R ² | Std. greška | Statistika promene | | | |
|-------|-------------------|------|----------------|-----------------------|-------------|------------------------|-----|-----|-----------------|
| | | | | | | Promena R ² | df1 | df2 | Znač. Promene F |
| KEYS1 | .205 _a | .042 | .035 | 2.676 | .042 | 5.967 | 4 | 546 | .000 |
| | .460 _b | .212 | .193 | 2.447 | .170 | 12.877 | 9 | 537 | .000 |
| KEYS2 | .147 _a | .022 | .014 | 3.783 | .022 | 3.013 | 4 | 546 | .018 |
| | .573 _b | .328 | .312 | 3.161 | .307 | 27.243 | 9 | 537 | .000 |
| KEYS3 | .190 _a | .036 | .029 | 9.241 | .036 | 5.090 | 4 | 546 | .000 |
| | .664 _b | .441 | .427 | 7.098 | .405 | 43.162 | 9 | 537 | .000 |
| KEYS4 | .140 _a | .020 | .012 | 5.567 | .020 | 2.724 | 4 | 546 | .029 |
| | .649 _b | .421 | .407 | 4.315 | .401 | 41.329 | 9 | 537 | .000 |

| | | | | | | | | | |
|--------|-------------------|------|------|--------|------|--------|---|-----|------|
| KEYS5 | .274 _a | .075 | .068 | 11.323 | .075 | 11.041 | 4 | 546 | .000 |
| | .743 _b | .552 | .541 | 7.946 | .477 | 63.516 | 9 | 537 | .000 |
| KEYS6 | .209 _a | .044 | .037 | 6.099 | .044 | 6.241 | 4 | 546 | .000 |
| | .301 _b | .091 | .069 | 5.997 | .047 | 3.084 | 9 | 537 | .001 |
| KEYS7 | .236 _a | .056 | .049 | 5.157 | .056 | 8.086 | 4 | 546 | .000 |
| | .593 _b | .351 | .336 | 4.310 | .295 | 27.185 | 9 | 537 | .000 |
| KEYS8 | .142 _a | .020 | .013 | 2.703 | .020 | 2.810 | 4 | 546 | .025 |
| | .349 _b | .122 | .101 | 2.580 | .102 | 6.926 | 9 | 537 | .000 |
| KEYS9 | .213 _a | .045 | .038 | 4.684 | .045 | 6.459 | 4 | 546 | .000 |
| | .599 _b | .359 | .343 | 3.871 | .314 | 29.183 | 9 | 537 | .000 |
| KEYS10 | .184 _a | .034 | .027 | 4.703 | .034 | 4.789 | 4 | 546 | .001 |
| | .609 _b | .371 | .356 | 3.827 | .337 | 31.953 | 9 | 537 | .000 |

Za ocenu mogućnosti dimenzija konstrukta *Percepcija etičnosti organizacije* da predvide *Slobodu u radu*, skalu modela KEYS, ako se ukloni uticaj nezavisnih varijabli: *Pol*, *Veličina organizacije*, *Stepen stručne spremljanja ispitanika* i *Vrsta vlasništva* upotrebljena je hijerarhijska višestruka regresija. Preliminarnim analizama je dokazano da pretpostavke normalnosti, linearnosti, multikolinearnosti i homogenosti varijanse nisu narušene. Sve kategorijalne varijable su najpre dummy kodirane. U prvom koraku bile su unete nezavisne varijable: *Pol*, *Veličina organizacije*, *Stepen stručne spremljanja ispitanika* i *Vrsta vlasništva*, što je objasnilo 4,2% varijanse. Nakon unošenja skala konstrukta *Percepcija etičnosti organizacije* u drugom koraku, modelom kao celinom objašnjeno je 21,2% ukupne varijanse, $F(13, 537) = 11,11, p < 0,001$. Spomenuta merila (obeležja) objasnila su dodatnih 17,0% varijanse posmatrane dimenzije KEYS, nakon što je uklonjen uticaj nezavisnih varijabli; R^2 se promenilo za $\Delta R^2 = 0.170$, F se promenilo za $(9, 537) = 12,88, p < 0,001$. U konačnom modelu, statistički su značajna merila, EI ($\beta = 0,115, p < 0,01$), BC ($\beta = 0,113, p < 0,05$), BL ($\beta = 0,186, p < 0,01$), PI ($\beta = 0,132, p < 0,01$) i PC ($\beta = -0,122, p < 0,05$).

Zbog bolje preglednosti izlaganja unapred dajemo tri napomene koje su zajedničke za sve a) Postupak unošenja nezavisnih promenljivih u prvom koraku ponovljen je za sve hijerarhijske regresione analize u kojima su nezavisne

varijable pojedinačne dimenzije modela KEYS, b) Sve kategorijalne varijable su najpre dummy kodirane. c) Preliminarne analize ispitivanja normalnosti, linearnosti, multikolinearnosti i homogenosti su izvršene. Preliminarnim analizama nismo uspjeli da dokažemo narušavanje pretpostavki normalnosti, linearnosti, multikolinearnosti i homogenosti varijanse.

Zaključak

Primetno je da se jake korelacije sa većim brojem komponenata inovativno/kreativnog radnog okruženja javljaju u slučaju *egoistično-kosmopolitske*, *benevolentne-individualne* i *benevolentne-lokalne* etičke klime. Pored toga, *benevolentno-kosmopolitska* klima u jakoj vezi je sa KEYS skalom Ohrabrivanje od strane organizacije. Dobijeni rezultati ukazuju da Etička klima ima kompleksan i jak uticaj na sledeće prediktorske faktore inovativno/kreativnog radnog okruženja: *Izazov zadatka*, *Ohrabrivanje od strane supervizora*, *Podrška od strane grupe*, *Ohrabrivanje od strane organizacije* kao i na obe kriterijumske skale – *Kreativnost* i *Produktivnost*. Jake korelacije nisu uočene u slučaju stavki *Sloboda u radu*, *Organizacione smetnje*, *Raspoloživost resursa* i *Preopterećenje poslom*. Sve uočene jake zavisnosti karakteriše pozitivan smer. Drugim rečima, pozitivna etička klima u organizaciji stimulatивно deluje na navedene komponente inovativno/kreativnog radnog okruženja. Etička klima igra značajnu ulogu u oblikovanju organizacione kulture koja podstiče inovacije. Organizacije sa razvijenom etičkom klimom, koja je zasnovana na principima benevolentnosti, imaju tendenciju da stvaraju okruženje koje podstiče kreativno mišljenje, otvorenu komunikaciju i timsku saradnju. Dobijeni rezultati sugerišu da organizacije koje uspevaju da uspostave etičku klimu zasnovanu na principima i grupnoj orijentaciji često imaju veći potencijal za inovacije, jer etičke norme podstiču međusobno poverenje, transparentnost i zajedničko deljenje znanja, što su ključni faktori za uspeh inovacionih procesa. Analiza i provera rezultata ovakvih istraživanja može da pomogne organizacijama u osmišljavanju strategija i taktika koje će uticati na stvaranje boljih uslova za pojavu inovativnih i kreativnih rešenja. Objavljene studije pomažu u formiranju baze znanja iz koje će se, dalje, generisati strategije za konkretne smernice koje će voditi stvaranju radnog okruženja koje će motivisati zaposlene za rad, učiniti ih da budu produktivniji, inovativniji i kreativniji. Takođe, rezultati istraživanja iz ove oblasti kao jedan od konačnih ciljeva imaju i identifikaciju, kako posrednih, tako i neposrednih, inhibitora kreativnosti i inovativnosti.

Literatura

1. Amabile, T. M. (1996). Creativity in context: Update to "The social psychology of creativity." *Westview Press*.
2. Elkins, T., Keller, R. T. (2003). Leadership in teams: The effects of leadership style and team process on performance. *Team Performance Management*, 9(5), 90-97.

3. Erez, M., Somech, A. (2007). The influence of team and organizational culture on performance: A longitudinal study. *Journal of Organizational Behavior*, 28(3), 319-340.
4. Haugh, H., Talwar, A. (2010). Linking social entrepreneurship and social change: The mediating role of social capital. *International Journal of Social Entrepreneurship and Innovation*, 1(3), 89-106.
5. Henriksen, D., Henriksen, A. (2024). *Towards Innovation: Educational Leadership and the KEYS Framework*. Journal of Educational Innovations.
- Hwang, E., & Park, J. (2023). *Relationship between hospital ethical climate, critical thinking disposition, and nursing task performance*. BMC Nursing, 22, Article 73. <https://doi.org/10.1186/s12912-023-01073-0>
6. Lee, T., O'Mahony, L., Lebeck, P. (2023). *Creativity and Innovation: Everyday Dynamics and Practice*. Palgrave Macmillan.
7. Sawyer, R. K., Henriksen, D. (2023). *Explaining Creativity: The Science of Human Innovation* (3rd ed.). Oxford University Press.
8. Treviño, L. K., Nelson, K. A. (2016). *Managing business ethics: Straight talk about how to do it right*. John Wiley & Sons.
9. Utari, R., et al. (2024). A Comparative Study of Middle School's Ethical Climate in Indonesia. *ETHICS IN PROGRESS*, 15(1), 26–54. <https://doi.org/10.14746/eip.2024.1.2>
10. Valentine, S., Godkin, L., Lucero, M. (2002). Ethical context, organizational commitment, and person–organization fit. *Journal of Business Ethics*, 41(4), 349-360. <https://doi.org/10.1023/A:1021203017316>
11. Victor, B., Cullen, J. B. (1987). A theory and measure of ethical climate in organizations. *Research in Corporate Social Performance and Policy*, 9, 51-71.
12. Victor, B., Cullen, J. B. (1988). The organizational bases of ethical work climates. *Administrative Science Quarterly*, 33(1), 101-125.

EXPLORING CONNECTIONS BETWEEN ETHICAL CLIMATE AND ORGANIZATIONAL INNOVATIONS IN SERBIAN IT SECTOR

Vesna Šćepanović¹, Ivan Šćepanović², Srđan Žikić³, Mirjana Stevanović⁴

Abstract

In the modern business environment, innovations represent an important component of organizational success. This paper explores the nature of the interrelationship between ethical practices and innovation. Companies that respect ethical norms often enjoy greater consumer trust, while unethical behavior can hinder creative processes, creating fear and mistrust among employees. In the research conducted for the purposes of this work, two standardized questionnaires were used: the Ethical Climate Questionnaire (ECQ) and the Keys to Creativity and Innovation Instrument (KEYS). The research was conducted in IT companies operating on the territory of the Republic of Serbia in the period from December 2023 to July 2024. This paper deals with the question of how ethical relations within the organization influence the innovative behavior of employees. The obtained results indicate that certain dimensions of the ethical climate can significantly influence the development of the innovative environment, that is, that a positive ethical climate in the organization has a stimulating effect on the components of the innovative/creative work environment.

Key words: *Organizational ethics, innovation, creativity.*

¹Vesna Šćepanović, PhD, assistant professor, "Dositej" College of Academic Studies, Bulevar vojvode Putnika 7, 11000 Belgrade, Republic of Serbia, e-mail: vesna.scepanovic@vsdositej.edu.rs

²Ivan Šćepanović, PhD, associate professor, "Dositej" College of Academic Studies, Bulevar vojvode Putnika 7, 11000 Belgrade, Republic of Serbia, Tel.: +381 64 8130154, e-mail: ivan.scepanovic@vsdositej.edu.rs

³Srđan Žikić, PhD, full professor, Faculty of Social Sciences, Bulevar umetnosti 2a, 11000 Belgrade, Serbia, e-mail: srdjan.zikic@fdn.edu.rs

⁴Mirjana Stevanović, PhD, full professor, "Dositej" College of Academic Studies, Bulevar vojvode Putnika 7, 11000 Belgrade, Republic of Serbia, Tel.: +381 64 5551600, e-mail: mirjana.scepanovic@vsdositej.edu.rs