

ETIKA U KORPORACIJI

1. UVOD U POSLOVNI MORAL KAO PREDMET POSLOVNE ETIKE

Pojedinačno delanje i delanje u zajednici sa drugim ljudima, saobraznost svome kulturnom identitetu, odnosi se na sledeća pitanja moralnog fenomena:

- pitanje o izvoru i poreklu moralnosti,
- pitanje o načinu uspostavljanja moralnog fenomena,
- pitanje o delatnim oblicima moralnosti, i
- pitanje o svrsi/smislu moralnosti

Budući da je poslovna etika grana etike kao filozofske discipline, te danas ima status primenjene etike, i da se, shodno tome, ne može ni razumeti bez razumevanja istorije etike i njenih različitih koncepcija, te bi bilo moguće pojam poslovne etike odrediti na sledeći način.

Poslovna etika istražuje utemeljenost, izvore i poreklo moralnih vrednosti, te kriterijume i instrumente moralnog vrednovanja i prosuđivanja u svetu poslovanja kako bi se rasvetlio smisao i iznašla rešenja moralnih dilema i konflikata koje proizvodi čovekovo delovanje u korporaciji i koje proizvodi korporacija u odnosu sa drugim subjektima privređivanja. Otuda je sasvim izvesno da je poslovna etika normativna etika; da stoga u “svim moralno relevantnim razmatranjima moraju da se poštuju neke normativne pretpostavke. Univerzalnost zahteva poštovanje svačijih prava u smislu koji označava načelnu ravnopravnost svih ciljeva... Druga normativna pretpostavka jeste kompleksnost pojmovne i terminološke mreže koja omogućava da se odgovornost za bilo koji postupak može utvrditi u konačnom broju koraka... Treća normativna pretpostavka je nezavisnost konkretnih slučajeva od načela pod kojima se ti postupci mogu svrstati...”¹

Poslovna etika kritički reflektuje sledeća suštinska pitanja sveta poslovanja, što ujedno čini i predmet poslovne etike:

- pitanje moralne odgovornosti i slobode čoveka kao člana korporacije - prema sebi, drugima na poslu, okruženju i zajednici (javnom mnjenju);
- pitanje uspostavljanja moralnog subjektiviteta korporacije – unutar korporacije, prema okruženju, deoničarima, klijentima, bilo da se radi o vrednovanju lojalne ili nelojalne konkurencije, kao i vrednovanju sukobljenih interesa prema drugima.
- pitanje društveno socijalne odgovornosti korporacije koje se odnosi na kulturno-istorijski identitet sredine/zemlje u kojoj korporacija posluje, uz uvažavanje obrazovnih, ekoloških, sportskih, duhovnih, religijskih i običajnih potreba datog okruženja.

¹ Jovan Babić, Moral i naše vreme, Beograd, Prosveta 1998, str. 306.

**---- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE
PREUZETI NA SAJTU WWW.MATURSKI.NET ----**

BESPLATNI GOTOVI SEMINARSKI, DIPLOMSKI I MATURSKI TEKST
RAZMENA LINKOVA - RAZMENA RADOVA
RADOVI IZ SVIH OBLASTI, POWERPOINT PREZENTACIJE I DRUGI EDUKATIVNI MATERIJALI.

WWW.SEMINARSKIRAD.ORG
WWW.MAGISTARSKI.COM
WWW.MATURSKIRADOVI.NET



NA NAŠIM SAJTOVIMA MOŽETE PRONAĆI SVE, BILO DA JE TO **SEMINARSKI**, **DIPLOMSKI** ILI **MATURSKI** RAD, POWERPOINT PREZENTACIJA I DRUGI EDUKATIVNI MATERIJAL. ZA RAZLIKU OD OSTALIH MI VAM PRUŽAMO DA POGLEDATE SVAKI RAD, NJEGOV SADRŽAJ I PRVE TRI STRANE TAKO DA MOŽETE TAČNO DA ODABERETE ONO ŠTO VAM U POTPUNOSTI ODGOVARA. U BAZI SE NALAZE **GOTOVI SEMINARSKI, DIPLOMSKI I MATURSKI RADOVI** KOJE MOŽETE SKINUTI I UZ NJIHOVU POMOĆ NAPRAVITI JEDINSTVEN I UNIKATAN RAD. AKO U **BAZI** NE NAĐETE RAD KOJI VAM JE POTREBAN, U SVAKOM MOMENTU MOŽETE NARUČITI DA VAM SE IZRADI NOVI, UNIKATAN SEMINARSKI ILI NEKI DRUGI RAD RAD NA LINKU **IZRADA RADOVA**. PITANJA I ODGOVORE MOŽETE DOBITI NA NAŠEM **FORUMU** ILI NA

maturskiradovi.net@gmail.com