

Uvod

Na drugoj strani, postoji mišljenje da poslovanje bez moralnih kriterijuma i ekonomija bez poslovne etike ne mogu dati trajnije, stabilnije i značajnije rezultate, niti neku konkretnu zajednicu učiniti srećnom i prosperitetnom. Zbog toga se često govori o potrebi uvodjenja etičkog kodeksa u principe poslovanja, rada i rukovodjenja u svim preduzećima. Tu se još javlja dilema o tome da li je poslovna etika stvar lične savesti direktora, menadžera, službenika, radnika, ili je to rezultat kolektivnog i zajedničkog morala neke grupe, zajednice, sredine, društva. U današnje vreme, označeno kao doba globalizacije, ova dva suprotstavljena stava o odnosu između poslovanja i etike dobijaju sve više na značaju i traže što potpuniji i hitniji odgovor koji će biti podupret svestranijim interdisciplinarnim istraživanjem. Čini se da je danas ovo pitanje ponovo aktualizovano i ono postaje nezaobilazno, kako u nerazvijenim zemljama, zemljama u procesu i periodu tranzicije, tako i u onim najrazvijenim ekonomijama i društvenim prostorima.

Poslovna etika, pojam i definicija

Poslovna etika se odnosi na istinitost i pravednost očekivanja društva, poštene konkurencije, oglašavanja, društvenih odgovornosti, odnosa sa javnošću, ponašanja preduzeća u zemlji i inostranstvu.

Poslovnu etiku možemo definisati kao primenu opšteprihvaćenih etičkih načela u procesu poslovanja preduzeća i pojedinaca.

Predmet poslovne etike

Poslovna etika je potrebna kako bi se razumela priroda etičkog donošenja odluka. I pored mnogih neslaganja i oprečnih mišljenja o tome da li poslovnu etiku treba zasnivati kao posebnu disciplinu ili kao neki pokret, kao praktičnu delatnost vezanu za poslovanje; i pored razilaženja mišljenja oko toga da li su bitnije praktične poslovne funkcije i etički ideali ili kombinacija oba ova gledišta; i pored razlika između menadžera koji pokazuju otvoreno neslaganje prema mogućoj vezi morala i poslovne prakse i onih koji su pobornici moralnosti poslovanja, neminovno je da je ta veza isuviše očigledna, da su ti pojmovi na neki način povezani, isprepleteni i nerazdvojni. Takvu sličnu situaciju možemo naći u mnogim oblastima menadžmenta, kao što je povezanost odnosa sa javnošću i marketing.

U literaturi se ne može naći veliki broj odredjenja predmeta poslovne etike. Laura Neš navodi da poslovna etika proučava primenu ličnih normi na aktivnosti i ciljeve komercijalnih preduzeća, i da kao takva nije neki poseban moralni standard već je studija o tome kako poslovni kontekst postavlja svoje jedinstvene probleme pred moralnu ličnost koja deluje kao predstavnik tog sistema. Ona tu ima u vidu visoke standarde ponašanja kao osnovne vrednosti kompanija i preduzeća, koji imaju istu ekonomsku vrednost kao i dobra volja. Suprotno ovakvom stavu svoje mišljenje iznosi Albert Kar, koji etiku poslovanja vidi ne kao društvenu etiku, nego kao etiku igre, ili teoriju igre, jer smatra da je poslovanje igra u kojoj postoje odredjena pravila i standardi koji se moraju poštovati.

Kod etičara Karmišela i Dramonda postoji stav da poslovnu etiku treba poistovećivati sa etikom ličnosti, jer ona predstavlja osnovna pravila po kojima ličnost deluje i ona su okvir za definisanje delovanja koje je lično dopušteno i onog koje to nije. Ričard T. Di Džordž (Richard T. De George) poslovnu etiku razmatra kroz odnos etike i poslovanja; ona je nacionalna, internacionalna i globalna, kao sam biznis.

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

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL: maturskiradovi.net@gmail.com