

## Osnivanje preduzeća

Vrsta: Seminarski | Broj strana: 9

### SADRŽAJ

Uvod.....	3
2. Odabir delatnosti.....	4
3. Misija i vizija, vrednosti.....	4
4. Definisane zakonskog okvira poslovanja.....	5
5. Nepisana pravila i očekivanja.....	5
6. Značaj upravljanja rizikom.....	9
7. Zaključak.....	10

2

### UVOD

Moral je skup nepisanih pravila i običaja koji utvrđuju međuljudske odnose i prosuđuju šta je dobro, a šta loše (zlo). Definiše se kao oblik društvene svesti, sistem običaja, navika, normi. Moral je relativan, jer nije isti u svim društvenim grupama i istorijskim periodima. Centralne vrednosti morala su: dobro, ispravno i pravedno. Moral određuje kako ljudsko ponašanje treba biti i pripadnici zajednice prihvataju takvo ponašanje i principe te podvrgavajući im se regulišu međusobne odnose. Moralna pravila nisu apsolutno važeća i razlikuju se vremenski i prostorno. Moral je nastao u ljudskom društvu, još u prvobitnoj zajednici. Tokom svoje evolucije čovek je, najpre, živio u malim grupama gde je bilo potrebno uskladiti svoje potrebe sa potrebama drugih. Na osnovu iznalaženja rešenja za to, formirana su pravila ljudskog ponašanja i nastala je filozofska disciplina – etika. Za razliku od poznatih zakona, moralna pravila kada su prekršena ne donose političke ili ekonomske sankcije. Sankcije koje prate nemoralno ponašanje predstavljaju grižu savesti, opšti prekor ili bojkot okruženja. U filozofskom značenju pojam morala odgovara praktičnoj filozofskoj disciplini etici koja je sinonim za dobro, ispravno delovanje, ponašanje i ispravan život.

3

Dobra reputacija se stiče i održava doslednim potvrđivanjem misiji i vizije. Izjava o misiji i viziji mora da sadrži jasan stav o kvalitetu i svim ostalim atributima dobrog proizvoda ili usluge. Značaj izgradnje korporativnog etosa je od suštinskog značaja imajući u vidu moralne nedoumice koji se javljaju u svim sferama društva – od privatnih odnosa sa porodicom, prijateljima, kolegama sa posla, susedima, do kvaliteta proizvoda ili usluga, nelojalne konkurencije, u odnosima prema kupcima i dobavljačima, preko saradnje sa poslovnim bankama, zapošljavanju i otpuštanju zaposlenih.

### 2. ODABIR DELATNOSTI

AD "ZORKA PHARMA" je privredno preduzeće. Matični broj firme je 07199821, PIB 100125485, je prisutna na tržištu od 1976. godine, kada je i osnovana u okviru hemijske industrije Zorka Šabac, kao zasebno organizaciona jedinica. 1991. godine formirala se u akcionarsko društvo „Zorka Pharma“ a.d. Bavi se proizvodnjom farmaceutskih proizvoda i finalnih hemikalija.

### 3. MISIJA I VIZIJA

Misija Dostizanje veće ekonomičnosti i efikasnosti poslovanja uz potpuno zadovoljenje zahteva kupca asortimanom i vrhunskim kvalitetom svojih proizvoda. Orjentisanost ka kupcima praćenjem njihovih zahteva, proširenja asortimana i stalno poboljšanje kvaliteta proizvoda. Otvorenost za sve zainteresovane strane - kupce, dobavljače i zaposlene. Dostizanje izvozne sposobnosti preduzeća i ucvrscivanje pozicije lidera na našem području. Vizija Dinamičan investicioni ciklus u nove proizvode i tehnologije kao i proširenje proizvodnog programa, čime ćemo povećati konkurentnost preduzeća. Postavljanje ciljeva kvaliteta.

4

### 4. DEFINISANJE ZAKONSKOG OKVIRA POSLOVANJA

AD „Zorka Pharma“ Šabac, je firma sa dugim nizom godina i uspešnim poslovanjem. Zakoni koji su bitni za opstojnost i dalji razvoj preduzeća: 1. Zakon o privrednim društvima 2. Zakon o radu 3. Zakon o PDV – u 4. Zakon o cenama 5. Zakon o zaštiti potrošača 6. Zakon o opštoj bezbednosti proizvoda 7. Zakoni iz domena rada i radnih odnosa 8. Zakon o mirnom rešenju radnih sporova 9. Zakoni iz domena očuvanja životne sredine 10. Zakon o upravljanoj otpadom

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

[www.maturskiradovi.net](http://www.maturskiradovi.net)

**MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL: [maturskiradovi.net@gmail.com](mailto:maturskiradovi.net@gmail.com)**