

Ime i prezime	Milica Babić	Grad	Kula
Škola	Ekonomsko-trgovinska škola	Razred	4
Nastavnik	Prof. Daliborka Vukasović	God. Rođenja učenika	2001.
e-mail učenika		Br. telefona učenika	

POSLOVNA ETIKA 2019/2020

Prostor za Vaš rad:

Kako donosimo zaključak i odluku?

Ovakvo pitanje nam se svima pokrene u glavi kada treba da donešemo neku veoma bitnu i važnu odluku. Kao član upravnog odbora farmaceutske kompanije moram doneti presudnu odluku koja se tiče plasiranja novog suplementa naše kompanije.

Farmaceutska kompanija dužna je svojim potrošačima da pruži još informacija, nije dovoljno reći da se potrošači konsultuju samo sa lekarom ili farmaceutom. Razlog ovog stava su vrednosti koje kompanija treba da vrednuje i kojih kompanija treba da se drži a to su istina i zdravlje.

Naravno tu se pozivamo i na pravo potrošača, takve zakone propisuje svaka država u cilju zaštite svojih građana gde se garantuje "pravo na zaštitu zdravlja". Svaki potrošač ima pravo na adekvatnu, potpunu i istinitu informaciju o bilo kom proizvodu na tržištu.

Naša kompanija ovom suplementu naglašava samo pozitivne strane, dok se one negative kontraindikacije ne prikazuju, što za potrošače i nije najbolja stvar. Takođe smatram da to može biti veoma loše i po kompaniju.

Suplement o kom se ovde raspravlja nije dovoljno istražen i naučna zajednica ne daje saglasnost ovom proizvodu, takođe ne smatra da li je ovaj proizvod uopšte potreban na tržištu.

Ovde se postavlja sledeće pitanje kako bismo uopšte mogli da pozovemo potrošače da odu na konsultaciju sa lekarom ili farmaceutom kada suplement nije dovoljno istražen i gde se ne zna dovoljno o njegovim negativnim posledicama po zdravlje naših potrošača.

Sledeća stavka je da naši potrošači mogu da budu raznih starosnih grupa: deca, odrasli, stari i na svakog suplement može da ostavi drugačije posledice, shodno tome kako je važno napomenuti ko može da uzme ovaj suplement koje su starosne granice i kakvo dejstvo ima za ove različite starosne grupe, o tome se mora vrlo precizno i detaljno skrenuti pažnja svim potrošačima.



Dostignuća Mladih

Junior Achievement Serbia

Naša kampanja ne sme biti zasnovana na informacijama koje nisu istinite u celosti na prvom mestu to nije etički korektno prema potrošačima, a ni prema samoj kompaniji. Sve informacije o ovoj imuno formuli to jest suplementu moraju biti potpuno istinite i validne bez ikakvog skrivanja nekih negativnih pojedinosti jer je se mi kao kompanija takođe bavimo lečenjem ljudi jer pravimo i prodajemo lekove,...

Kompanija treba da ima etički korektno kampanju kako ne bi ugrozila svoje poslovanje i dalje postojanje na tržištu, lepe vesti se brzo šire, dok se one manje lepe vesti šire još brže, a to može biti pogubno i po kompaniju i po njene zaposlene, a to niko ne bi želeo da se desi.

Ljudi vode mnogo računa o svom zdravlju i zbog toga reklame o zdravlju, imunitetu i suplementima imaju veliki odjek u javnom mnjenju, nedopustivo je plasirati proizvod koji nije dovoljno istražen u prodaju. Posledice bi nažalost mogle da budu fatalne.

Suplement nosi naziv "imuno formula" shodno nazivu proizvod može dobiti veliku potražnju i interesovanje među potrošačima, jer je imunitet najvažniji u organizmu, on čuva zdravlje.

Kompanija bi uzela jako veliki rizik reklamirajući prozivod ove vrste, dovela bi svoju reputaciju u pitanje, kampanja treba da bude potpuno istinita.

"Humanost je osobina koja mora biti na prvom mestu."