

Anotace

Firemní *in-house lobbying* je mimořádně aktuální, široce využívaný a značně neukotvený i kontroverzní provázený politicko-hospodářský fenomén, který navíc nemá v České republice legislativní podporu v podobě platného zákona. Neukotvenost, kontroverze i neznalost souvislostí přímo vyzývají k etickému promýšlení *in-house lobbyingu*, které v oblasti teologické etiky dosud chybí. Cílem disertační práce je ověření mravní legitimacy *instrumentalizovaného in-house lobbyingu*. Pracuje s otázkou, jaká je forma a míra mravně legitimního *instrumentalizovaného in-house lobbyingu* slučitelná s východisky teologické etiky. Vedle ověření mravní legitimacy *in-house lobbyingu* práce hledá vnitřní konstantní kritéria pro definování legitimacy *in-house lobbyingu* a variabilní limity pro konkrétní hospodářské soutěže v oblasti stavebnictví. V souhrnu poté nabízí vzorový etický kodex *in-house lobbisty* aplikovatelný do podnikatelské praxe. Práce postupuje metodologickým trojkrokem 1. vidět, 2. soudit, 3. jednat; tento metodologický trojkrok je rozšířen na sedm vnitřních stupňů. Práce přináší teologicko-etické zhodnocení firemního *in-house lobbyingu*, shledává tento typ lobbyingu mravně legitimním za předpokladu naplnění kritérií, které přináší. Rovněž naznačuje limity lobbyingu pro konkrétní segment podnikatelského prostředí.

Klíčová slova

lobbying, teologická etika, křesťanská hospodářská etika, korupce, etický kodex, management