

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Etický kodex jako nástroj podnikatelské etiky

Code of Ethics as a tool of Business Ethics

STUDIJNÍ PROGRAM

Ekonomika a management

STUDIJNÍ OBOR

Řízení a ekonomika průmyslového podniku

VEDOUCÍ PRÁCE

Ing. Libor Cupal

BORS

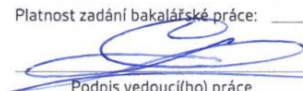
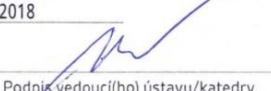
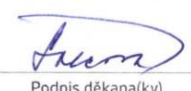
ELVIRA

2017


I. OSOBNÍ A STUDIJNÍ ÚDAJE

Příjmení:	Bors	Jméno:	Elvíra	Osobní číslo:	437775
Fakulta/ústav:	Masarykův ústav vyšších studií (MÚVS)				
Zadávací katedra/ústav:	Oddělení manažerských studií				
Studijní program:	(B6208) Ekonomika a management				
Studijní obor:	(6208R181) Řízení a ekonomika průmyslového podniku				

II. ÚDAJE K BAKALÁŘSKÉ PRÁCI

Název bakalářské práce:	Etický kodex jako nástroj podnikatelské etiky		
Název bakalářské práce anglicky:	Code of Ethics as a tool of Business Ethics		
Pokyny pro vypracování:	<p>Cíl: Analýza a zhodnocení současného stavu dodržování etických zásad v konkrétním podniku. Přínos: Přijetí opatření k prohloubení etického chování v konkrétním podniku. Stručná osnova práce: 1. Vymezení základních pojmů, metod a nástrojů etiky. 2. Představení vybrané společnosti. 3. Dotazníkové šetření manažerů a zaměstnanců společnosti. 4. Interpretace výsledků dotazování. 5. Návrh etického kodexu, případně dalších metod a nástrojů a doporučení k jejich využití v podniku.</p>		
Seznam doporučené literatury:	<p>Čaník P., Čaníková P. 2006. Aplikace metod a nástrojů podnikatelské etiky v českém podnikatelském prostředí. DYTRT, Zdeněk. 2006. Dobré jméno firmy. PUTNOVÁ, Anna a Pavel SEKNIČKA. 2007. Etické řízení ve firmě: nástroje a metody : etický a sociální audit. SEKNIČKA, Pavel a Anna PUTNOVÁ. 2016. Etika v podnikání a hodnoty trhu.</p>		
Jméno a pracoviště vedoucí(ho) bakalářské práce:	Ing. Libor Cupal - MÚVS ČVUT- oddělení manažerských studií		
Jméno a pracoviště konzultanta(ky) bakalářské práce:			
Datum zadání bakalářské práce:	5. 12. 2016	Termín odevzdání bakalářské práce:	5. 5. 2017
Platnost zadání bakalářské práce:	31. 8. 2018		
			
Podpis vedoucí(ho) práce	Podpis vedoucí(ho) ústavu/katedry	Podpis děkana(ky)	

III. PŘEVZETÍ ZADÁNÍ

30-03-2017	
Datum převzetí zadání	Podpis studenta(ky)

BORS, Elvira. *Etický kodex jako nástroj podnikatelské etiky*. Praha: ČVUT 2017.
Bakalářská práce. České vysoké učení technické v Praze, Masarykův ústav vyšších studií.



**MASARYKŮV ÚSTAV
VYŠŠÍCH STUDIÍ
ČVUT V PRAZE**

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem svou bakalářskou práci vypracovala samostatně. Dále prohlašuji, že jsem všechny použité zdroje správně a úplně citovala a uvádím je v příloženém seznamu použité literatury.

Nemám závažný důvod proti zpřístupňování této závěrečné práce v souladu se zákonem č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) v platném znění.

V Praze dne: 05. 05. 2017

Podpis:

Poděkování

Ráda bych poděkovala vedoucímu bakalářské práce, panu Ing. Liboru Cupalovi, za jeho podporu, cenné rady a odborné vedení. Poděkování patří i společnosti E-Consulting Czech s.r.o., která mi poskytla potřebné informace k vypracování této práce. V neposlední řadě bych ráda poděkovala své rodině a přátelům za podporu v průběhu celého studia.

Abstrakt

Tato bakalářská práce je zaměřena na etiku a etické chování firem. Cílem práce je analýza a zhodnocení současného stavu dodržování etických zásad v konkrétní firmě. Práce je rozdělena na dvě části – teoretická a praktická. V teoretické části budu uvádět základní pojmy, metody a zásady etického chování. V praktické části zhodnotím výsledky šetření a navrhnou etický kodex pro vybranou firmu, případně další metody pro zlepšení etického řízení firmy.

Klíčová slova

Etika, podnikatelská etika, etické chování, etický kodex, hodnoty.

Abstract

This thesis is focused on ethics and ethical behavior of companies. The aim is to analyze and evaluate the current state of ethical principles in a particular company. The work is divided into two parts - theoretical and practical. The theoretical part observes basic concepts, methods and principles of ethical behavior. Practical part evaluates results and suggests a code of ethics for the selected particular company, eventually other methods for improving the ethical management of the company.

Key words

Ethics, business ethics, ethical behavior, code of business ethics, values.

Obsah

Úvod	3
1 Vymezení pojmů	5
1.1 Morálka	5
1.2 Etika	6
1.3 Podnikatelská etika	8
1.3.1 Zásady podnikatelské etiky	9
1.3.2 Úrovně podnikatelské etiky	9
1.3.3 Faktory ovlivňující etické jednání v podnikatelském prostředí.....	10
1.3.4 Vývoj podnikatelské etiky	12
1.3.5 Vývoj podnikatelské etiky v České republice.....	13
1.4 Společenská odpovědnost podniku	13
1.4.1 Teoretické přístupy ke společenské odpovědnosti podnikání.....	15
1.5 Důvody pro etické chování v podnikání	16
1.6 Nástroje etického řízení	18
1.6.1 Principy etického řízení	19
1.7 Etický kodex	20
1.7.1 Tvorba etického kodexu.....	22
1.7.2 Přínosy etického kodexu	23
1.8 Etický a sociální audit.....	23
2 Praktická část	25
2.1 Představení společnosti E-Consulting Czech s.r.o.....	25
2.2 Organizační struktura.....	27
2.3 Firemní kultura E-Consulting	27
2.4 Metodologie zpracování	29
2.4.1 Zdroje informací	29

2.4.2	Tvorba dotazníku	30
2.4.3	Struktura dotazníku	31
2.5	Výsledky dotazníkového šetření	32
2.6	Návrh etického kodexu	40
2.7	Prezentace kodexu	42
3	Závěr	43
	Seznam použité literatury	44
	Internetové zdroje	45
	Seznam obrázků	46
	Seznam grafů	46
	Přílohy	47

Úvod

Management se stále vyvíjí, hledají se nové metody, které by zdokonalily řízení firem. Hledané metody by měly být kreativní a inovativní. Jedním z těchto přístupů je corporate social responsibility, neboli společenská odpovědnost organizaci. Začala se používat od 2. poloviny 20. století a dnes je provázaná do činnosti téměř každé firmy. Používáním CSR firmy berou ohled na ekonomickou, sociální a environmentální sféru. Předpokládá se, že nerespektování CSR má vliv na efektivitu manažerské praxe.

Etika je součástí ekonomické odpovědnosti firmy. Dlouhou dobu manažeři nevěnovali dostatečnou pozornost etice a etickému chování. Považovali ji za ztrátu času, úsilí a peněz. S rozvojem technologií, komunikace a stylu řízení dospěli k tomu, že zisk nezávisí jenom na výrobě a prodeji, ale také na tom, jakým způsobem je způsob výroby a samotný produkt prezentován veřejnosti. Důvody, proč se principy etického řízení častěji stávají součástí managementu firem, jsou možné zvýšení konkurenceschopnosti, získání kvalitního personálu, vliv na pozitivní klima ve firmě, zvýšení produktivity práce a v neposlední řadě také podpora rozvoje komunity, ve které firma působí. Tyto důvody mají vliv na budování dobrého jména firmy a image.

V mé práci se budu zabývat problematikou etiky a etického chování. Cílem práce je analyzovat etiku v podnikání jako integrovaný přístup, tj. analyzovat dodržování jak legislativních požadavků, tak i dobrovolného etického chování při každodenních činnostech. Výsledkem výzkumu bude návrh etického kodexu pro vybranou společnost a způsob jeho prezentace zaměstnancům.

Práce se bude skládat ze dvou částí, teoretické a praktické.

V teoretické části se soustředím na základní historii etiky v podnikání, na její vývoj v České republice. Vymežím hlavní pojmy, principy, zásady, metody a nástroje etického řízení sloužící k zavádění etiky do podnikání.

Praktickou část práce budu provádět na příkladu firmy E-Consulting Czech s.r.o. Výzkum bude probíhat na základě dotazníkovým šetřením pro vědoucí pracovníky a zaměstnance. Prostřednictvím dotazníku bych chtěla získat informace o přístupu manažerů k etice a dodržování etických zásad i o tom, jak vnímají etický kodex. Na základě zjištěných odpovědí chci navrhnout metody pro zlepšení a vypracuji návrh etického kodexu, kterým by se mohli manažeři a zaměstnanci firmy řídit.

TEORETICKÁ ČÁST

1 Vymezení pojmů

V této kapitole vymezují základní pojmy, které souvisí s etikou. Považuji za důležité, dříve než přistoupím k vlastnímu pojednání o etice, vysvětlit pojmy, které budu v následujícím textu používat.

1.1 Morálka

Morálka je pojem, který je odvozen od latinského slova „mós“ a označuje zvyk, obyčej či mrav. Morálka je soustava pravidel, hodnot a mravních citů lidského jednání. Morálka je skutečností, tedy to, co „je“. Morálka plní především funkci životního vodítka, které má většinou podobu rozumného dialogu. (Putnová 2007, s. 36)

Základním východiskem morálky je přirozený zákon morálky. Tento zákon definuje, jak se má člověk chovat a jednat, aby byl ve shodě se svou přirozeností. Zákon morálky se zaměřuje především na lidské pudy a sklony, jako jsou například zachování rodu, zachování jedince, sociální život, dobré jednání, agresivita. Rozum a racionalita jsou prvky prostřednictvím, kterých člověk poznává dobro a zlo. Za dobrého člověka, lze považovat, jedince, který koná dobré skutky a jedná racionálně. Přirozený zákon morálky nelze změnit, tvoří totiž podstatu lidstva. Lze ho ale rozvíjet pomocí výchovy, vzděláním a zkušenostmi.

Člověk jako morální bytost, projevuje city jako láska, hněv, štěstí, odpovědnost, výčitky svědomí a dodržuje hodnoty. Hodnoty a mravní city jsou důležité pro začlenění jedince do společnosti a vytváření sociálních vztahů. Morálka je ta disciplína, která se zaměřuje na hledání příčin lidského chování, projevu určitých citů. Příčiny můžeme definovat prostřednictvím norem, hodnot, standardů, zákonů a také podle tradic a zvyklostí, které jsou očekávány od člověka. Cílem je harmonizovat jednání člověka s normami, hodnotami, pravidly. Morálku tak charakterizujeme jako soubor specifických zvyklostí, norem, standardů, etických a kulturních pravidel či vzorů, jež jsou požadovány a očekávány od jedince. (Seknička 2016, s. 14)

Pojmy morálka a etika jsou často chápány jako jeden význam. Musíme je oddělit a pochopit jejich vzájemný význam. Morálka, jak už bylo řečeno, označuje stav, který „je“, tj. skutečnost. Oproti tomu etika označuje stav, který „má být“, tj. optimální stav. (Putnová 2007, s. 41)

1.2 Etika

Pojem „etika“ je odvozen od řeckého „éthos“, což znamená mrav, zvyk. Etika je v současnosti společenská věda, jejímž předmětem zkoumání je morálka. Předmět zkoumání můžeme vymezit v širším pojetí, kdy je etika teorií humanity, nebo v užším pojetí, kdy etiku chápeme jako vědu filozofického charakteru, která zkoumá mravně relevantní jednání a chování člověka. (Putnová 2007, s. 41)

Podle Anzenbachera (2004, s. 9) je etika vědecká disciplína, která se soustředí na lidské jednání ve společnosti. Lidské chování je z velké části podmíněno interpersonálními vztahy se svým okolím. Vše co jedinec ve společnosti udělá, vyvolá odezvy, které na něj zpětně působí. Tím se mezi lidmi utvářejí normy a pravidla, které ovlivňují rozhodování a chování každého.

Etika se někdy definuje jako rozlišování toho, co je dobré a co je zlé. Dobro je život a mír, láska a péče i harmonie. Na druhé straně je zlo, neboli ubližování, neomezená moc, utrpení. Etiku lze považovat za dobře založené normy toho, co je správné a co je špatné, které popisují, co by měli lidé dělat, zpravidla formou zákonů, povinností, čestností a prospěchu pro společnost. Etické normy lze dělit na normy, které brání násilí, krádeži, urážkám či podvodům a na normy, které vyzývají k hodnotám jako je poctivost, čestnost, soucit a věrnost. Etika se zabývá rozvojem etických norem jedince. Je nezbytně nutné ověřovat, zda hodnoty každého jsou oprávněné.

Přestože je etika vědou filozofickou je ovlivněna disciplínami jako je právo, religionistika, sociologie, psychologie či politologie.

Podle Thompsona (2004, s. 11-13) lze rozdělit čtyři základní přístupy k etice:

Deskriptivní etika popisuje mravní rozhodnutí a hodnoty, které zastává konkrétní společnost. Nezjišťuje, co je a není správně, pouze popisuje danou situaci.

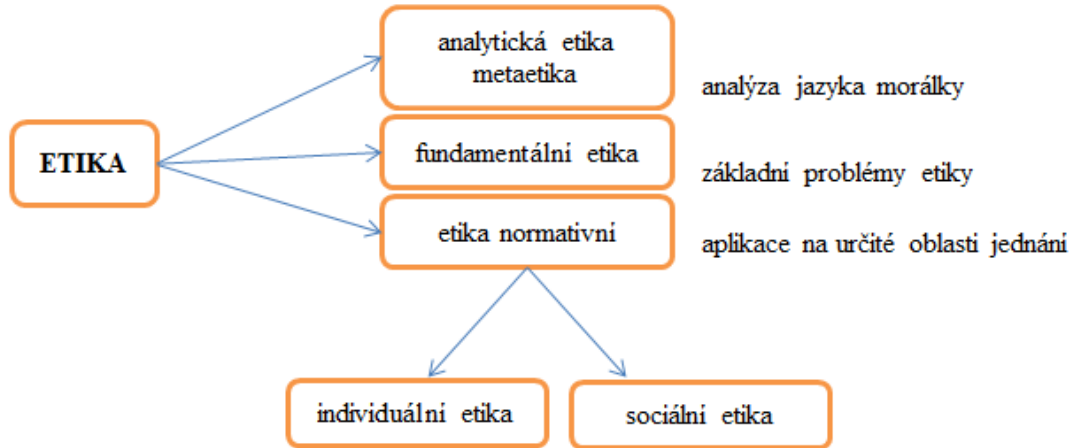
Normativní etika se orientuje na hledání a zkoumání norem lidského chování. Zabývá se otázkami, na základě kterých lidé odlišují „morálně správně“ od „morálně špatného“.

Metaetika se zabývá rozbořením jazyka, tj. etických pojmů. V průběhu 20. století vědci se snažili zjistit, co lidé svými výroky doopravdy myslí.

Aplikovaná etika je nejdůležitější oblast etiky, jedná se o uvažování vztažené na konkrétní situaci. Podnikatelská etika je součástí aplikované etiky.

Podobný pohled na logické uspořádání etiky má i Anzenbacher (2004, s. 10) rozlišuje tři okruhy:

Obrázek 1 Rozdělení etiky



Zdroj: vlastní zpracování (Anzenbacher, 2004, s. 10)

Analytická etika analyzuje jazyk morálky, význam slov, vět a logiku argumentace.

Fundamentální etika zkoumá základ etiky.

Normativní etika kriticky posuzuje existující normy a podává návrhy na jejich zlepšení. Individuální etika se zabývá morálními otázkami jednotlivce. Sociální etika je zaměřená na společné dobro, hledá univerzální lidské hodnoty.

Etika není homogenní, a to jak z hlediska zkoumání, tak i z hlediska vývoje etického myšlení. Aby mohla, být označená za vědu musí dodržet minimální standardy. Etika konkrétně vychází z analýzy etických problémů, definování pojmů a aplikace v praxi.

1.3 Podnikatelská etika

Podnikatelská etika je nová disciplína, která se zabývá teoretickými koncepty a modely chování firem.(Putnová 2007, s. 14) Etika v podnikání obsahuje etické principy, pravidla a standardy v podnikání. Proces podnikání se skládá z různých aktivit, jako jsou rozhodování, plánování, vztahy se zákazníky, odpovědnost pracovníků atd. Etika v podnikání se snaží sladit etické principy a podnikatelské činnosti, pomoci etických hodnot, jak individuálních tak i podnikových.

Podnikatelskou etiku nelze jednoznačně definovat, existuje řada definic. Všechny definice vychází z morálních norem společnosti a reagují na společenské a kulturní změny.

„V podnikatelské etice jde o reflexi etických principů do veškerých podnikatelských činností, zahrnující individuální a korporativní hodnoty.“ (Bohatá, 1997, s. 8)

„Posláním podnikatelské etiky je zabývat se otázkami, zda konkrétní podnikatelské praktiky jsou přijatelné či nikoli, zda jsou „dobré“ či „špatné“, zda jsou správné nebo nesprávné.“ (Šroněk, 1995, s. 170)

Anna Putnová (2007, s. 14) používá jednoduchou definici, podnikatelská etika je profesní, aplikovaná, normativní etika. Podle americký autorů Ferrell a Fraedrich (2008, s. 7) etika podnikání zahrnuje principy, hodnoty a normy, které usměrňují chování ve světě podnikání.

Podnikatelskou etiku a její důležitosti bere každý jinak a názory na dodržování etiky jsou velmi odlišné. Někdo ji chápe jako dodržování zásad etického jednání s kolegy a obchodními partnery, a někdo ji chápe jako způsob chování ke konkurenci a dodržování nepsaných pravidel. Dá se říct, že každý názor je správný. Podnikatelská etika totiž vychází z etiky podnikatele, která by měla být o profesionalitě, odpovědnosti, o umění motivovat a řídit lidi. Dalším důležitým bodem je etické chování, které je základem kultury podniku a hodnot zaměstnanců. Etika v podnikání by měla být založená tak, aby byla součástí každodenních činností podniku. Úspěch podniků nezávisí pouze na kvalitním výkonu manažerů, ale také na kvalitě práce všech zaměstnanců. K ukotvení etiky v podniku pomáhají moderní nástroje řízení, etické chování, jasně stanovená organizační struktura a kvalitní personál.

1.3.1 Zásady podnikatelské etiky

Podnikatelská etika je snaha o zapojení podnikatelských zásad do podnikatelské činnosti. Zásady podnikání jsou de facto dodržování základních hodnot, požadavků na etické jednání v podnikání. Za základní hodnoty podnikatelské etiky lze považovat spravedlnost a poctivost. (Šroněk 1995, s. 179-180)

Spravedlnost je zásada stejného zacházení. Spravedlivé podnikání nepodporuje ani neschvaluje nerealistické naděje, které by mohly vzbudit dojem nespravedlivého jednání. Proto je důležité se orientovat na reálné sliby, které lze plnit, aniž by došlo k porušení etických zásad.

Poctivost znamená pravda a čestnost. V podnikání platí, že nelze lhát a podvádět. V budování zejména dlouhodobých obchodních vztahů jsou důležité vzájemná důvěra a pravda.

Obecné zásady etiky v podnikání (Šroněk 1995, s. 180)

- Dobrovolné nikoliv vynucené dodržování stanovených zákonů a jiných norem při podnikání.
- Zachovávání důvěrnosti o informacích, znalostech a zkušenostech ve vztahu k jiným subjektům. Jde o informace různého charakteru, obchodní, technické, know-how atd.
- Vyhýbání se střetu zájmů, zejména osobních zájmů jednotlivce se zájmy subjektu, u kterého nebo pro kterého pracuje.
- Pečlivost a profesionalita při konání určité činnosti nebo funkci, by měl věnovat každý podnikatel, zaměstnanec, odborník atd.
- Jednání v dobré víře a používání poctivých obchodních praktik.
- Být odpovědný a jednat v dobré víře, jedná se např. o odpovědní firemní funkcionáři nebo instituce, jimiž byly svěřeny prostředky.

1.3.2 Úrovně podnikatelské etiky

Podnikatelská etika rozlišuje tři kvalitativně odlišné úrovně – mikro, makro a mezoúroveň. Na každé úrovni je důležité si uvědomit vztahy mezi jednáním, rozhodováním a odpovědností. (Šroněk 1995, s. 181)

Na **mikro** úrovni jsou pravidla vztahu mezi jednotlivci (zaměstnanec, zaměstnavatel, kupující, prodávající), které zahrnují sliby, závazky, odpovědnost, následky jednání. V podstatě jde o svobodné a čestné jednání, rozhodování a hodnocení situací.

Mezouroveň se vztahuje k organizacím a institucím (firmy, obory, asociace). Cíle a zájmy institucí mohou být v rozporu se zájmy jednotlivců, proto se etika na dané úrovni soustřeďuje na společenskou odpovědnost institucí. Řeší se povinnosti vůči akcionářům, spotřebitelům, komunitě, ve které instituce působí, a také odpovědnost vůči zaměstnancům.

Úroveň **makro** se orientuje na komplexní etické otázky. Obsahuje pravidla vztahující se na celou společnost. Jedná se o spravedlnost, hospodářskou politiku, svobodné obchodování, mezinárodní ekonomické vztahy, politiku a vládu atd.

Podnikatelská etika zohledňuje následující čtyři úrovně (Friedel 2003, s. 6) :

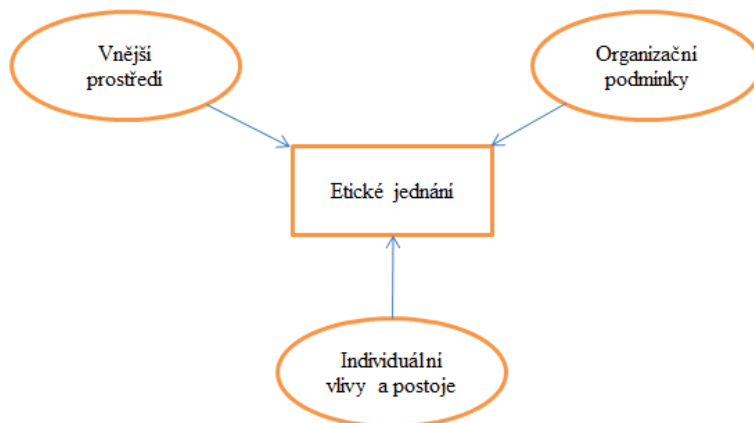
- Individuální etika – týká se jednotlivce
- Podniková etika – etické normy na úrovni institucí a organizací
- Etika hospodářství – týká se společnosti jako celku
- Etika nadnárodních společností – souvisí s globalizací mezinárodního podnikání

Mnozí považují podnikatelskou etiku a hospodářskou etiku za synonyma, proto je vhodné si uvést rozdíl. **Podnikatelská etika** se zaměřuje na mikro a mezouroveň. Zabývá se etickými hodnotami jedince a etické odpovědnosti podniku v uskutečňování ekonomických cílů jak interních, tak i externích. Řeší vztahy mezi obchodem, podnikem a jednotlivcem. **Hospodářská etika** je zaměřena především na makroúroveň. Řeší klíčové vztahy mezi obchodem, státem a společností. Hospodářská etika využívá pravidla, principy a standardy, které určují jednání, rozhodování a hodnocení všech účastníků hospodářských procesů, a to na všech úrovních ekonomického systému (Seknička 2016, s. 128). Jejím úkolem je hledat optimální společenský řád, který souvisí s ochranou spotřebitele, odpovědností podniku, etikou podnikatele a odborností zaměstnanců.

1.3.3 Faktory ovlivňující etické jednání v podnikatelském prostředí

Etické jednání je ovlivněno třemi hlavními faktory, mezi které řadíme vnější podmínky, vnitřní podmínky a individuální postoje.

Obrázek 2 Tři soubory faktorů ovlivňujících etické jednání



Zdroj: vlastní zpracování (Bláha, 2003, s. 61)

Do vnějšího prostředí patří (Bláha 2003, s. 61-62):

- životní prostředí;
- veřejnost;
- politicko-správní správa (finanční úřady, státní správa, atd.);
- právní prostředí (legislativa, soud);
- kulturní a výchovné prostředí (školy, kulturní dědictví, divadla);
- média;
- podnikatelské prostředí (zákazníci, konkurence, partnery, dodavatele).

Do organizačních podmínek patří:

- organizační struktura;
- organizační normy;
- systém odměn;
- etické kodexy;
- úroveň manažerů v organizaci.

Mezi individuální vlivy řadíme:

- hodnoty jedince;
- umístění kontroly (pracovníci s vyšší mírou kontroly jsou citlivější vůči důsledkům svého jednání);
- hodnocení situace spíše logicky než emocionálně;
- svědomí;
- emoční zralost.

1.3.4 Vývoj podnikatelské etiky

Podnikatelská etika se začala vyvíjet po druhé světové válce. Nejednalo se o vědní disciplínu ani neexistovaly instituce, které by se tím zabývaly. Řešily se otázky zvýšení produkce a životního standardu. Velký vliv měla globalizace, která se rozrostla po druhé světové válce. Podnikání v zemi s odlišnou kulturou a jazykem, vytváří potřebu mít pravidla jednání, které budou usnadňovat spolupráci v mezinárodním obchodu. Očekává se, že tato disciplína bude definovat obecné principy a pravidla, které zefektivní ekonomické činnosti.

Disciplína s názvem **podnikatelská etika** vznikla roku 1974 na univerzitě v Kansasu, kde proběhla první konference. Byl vydán sborník referátů jako první kniha Etika, svobodné podnikání a veřejná politika: Morální otázky v byznyse. Osmdesátá léta minulého století jsou zlomová v rozvoji podnikatelské etiky jako interdisciplinární směr, řešící vztahy ekonomiky a etiky. Hlavními charakteristikami jsou volný obchod a liberální hodnoty. V roce 1987 byla založena mezinárodní společnost EBEN (European Business Ethics Network), jejímž úkolem je pravidelné pořádání konferencí.

Významnou událostí devadesátých let bylo schválení dokumentu „Corporate Governance“ států OECD, správa a řízení obchodních společností. Klade důraz na informace o etické, sociální a environmentální politice podniku.

Ve dvacátém prvním století se hledají příčiny finanční krize. V roce 2002 byl přijat Sarbanes- Oxleyho zákon, který požaduje zvýšenou kontrolu finančních toků. Nařizuje managementu přijetí odpovědnosti za správnost finančních zpráv a za založení, udržování a hodnocení kontrolního systému. V důsledku porušování etických pravidel v hypoteční sféře v USA a pak i v Evropě, se začaly zpracovávat nástroje, které by zabránily opakované finanční nestabilitě. Hodně diskutovaná byla vysoká odměna managementu, který motivoval manažery k plánování a plnění krátkodobých cílů za každou cenu. Ve světe těchto událostí na světových finančních trzích začíná mít společenská odpovědnost podniku (CSR- corporate social responsibility) mnohem větší význam než v minulosti, zejména její ekonomický pilíř, který vyžaduje odpovídající dodržování etiky v podnikání. **CSR se stává součástí řízení čím dál tím více podniků a přispívá k většímu zájmu o etiku v podnikání.** (Seknička 2016, s. 135-140; Putnová 2007, s. 17-20)

1.3.5 Vývoj podnikatelské etiky v České republice

V České republice spadají počátky podnikatelské etiky na začátek devadesátých let. Otázka podnikatelské etiky a společenské odpovědnosti nebyla v té době moc aktuální. Aktuální byly otázky privatizace, demokratizačního a liberalizačního procesu.

V roce 1994 vzniklo uskupení Sdružení pro etiku v ekonomice při Národohospodářském ústavu Akademie věd v Praze, jehož založení mělo význam pro budoucnost podnikatelské etiky v českém prostředí. Vznikaly první překlady zahraničních publikací a na VŠE v Praze byla zahájena výuka etiky v podnikání. Významným krokem k integraci etiky do českého podnikatelského prostředí byla 10. konference EBEN „How to make Business Ethics Operational – Creating Effective Alliance“, která se uskutečnila v Praze.

V roce 1998 bylo založeno občanské sdružení Transparency International Česká republika (TIC) jako součást mezinárodní sítě, jejímž úkolem je dodnes mapování stavu korupce a prosazování změn vedoucím k jejímu omezení.

V roce 1999 vzniklo Etické fórum, nezisková organizace, občanské sdružení, zaměřené na podporu a prosazování etiky a etického chování ve školství, vědě, kultuře, podnikání atd. Pravidelně pořádá přednášky, konference, semináře a spolupracuje s podniky a školami, s cílem vzdělávat v oboru. Je organizátorem projektu „Podnik Fair Play“ v Česku. Jedná se o program, který by měl přispět ke zlepšení kultury podnikání. Manažeři firem se začali o problematiku etiky v podnikání zajímat.

Ve dvacátém prvním století je etika v České republice na stejné úrovni, jako v ostatních rozvinutých zemích. Vyučuje se na vysokých školách, pobíhají tréninky či konzultace na všech úrovních podnikání. Byl založen institut veřejného ochránce lidských práv a byl zvolen první ombudsman. Podnikatelská etika se stala tématem konference v Parlamentu České republiky i dalších ekonomických diskusí. (Putnová 2007, s.21-24; TIC, 2017)

1.4 Společenská odpovědnost podniku

Koncept společenské odpovědnosti podniku (Corporate social responsibility – CSR) se objevil již ve dvacátém století. Projevoval se jako péče zaměstnavatele o zaměstnance. Zaměstnavatelé se snažili zvýšit produktivitu práce a zlepšit vztahy na pracovišti, zejména nabízením stravování, ubytování, zdravotní a sociální péče svým zaměstnancům. Po druhé světové válce se toto téma široce rozvíjí ve světě, v poslední době se stalo aktuální i v České republice. Velký zájem o CSR souvisí s negativním vztahem společnosti

k fungování světové ekonomiky. Pozornost byla zaměřena na roli podniku při znečišťování životního prostředí, odpovědnost vůči odběratelům, dodavatelům a zaměstnancům. Jinými slovy společnost požadovala, aby se podniky věnovaly i jiným věcem, než jen maximalizaci zisku. Společenské odpovědné podniky při stanovení svých strategií, se začali soustředit na dobré jméno firmy, image a spokojenost zákazníků.

„Co je to společenská odpovědnost a jak ji lze definovat?“ Zelená kniha o sociální odpovědnosti podniků, vydaná Evropskou unií říká: „*CSR je dobrovolné integrování sociálních a ekologických hledisek do každodenních firemních operací a interakcí s firemními stakeholders.*“ (Dytrt 2006a, s. 109).

Další často používanou definicí CSR, je definice Světové obchodní rady pro udržitelný rozvoj (WBCSD): „*CSR je kontinuální závazek podniků chovat se eticky a přispívat k ekonomickému růstu a zároveň se zasazovat o zlepšování kvality života zaměstnanců a jejich rodin, stejně jako lokální komunity a společnosti jako celku.*“ (Dytrt 2006a, s. 109). Z uvedených definicí je zřejmé, že podnik není izolovaný od svého okolí. Podniky nejen v tomto případě maximalizují své zisky, ale snaží se současně brát ohled na sociální a životní prostředí. Důležitým prvkem společenské odpovědnosti by měla být dobrovolnost, kdy aktivity CSR nejsou vedeny pouze dodržováním nařízení a zákonů. Podniky se dobrovolně zavazují podílet se na rozvoji komunity, ve které podnikají a přitom si udržet konkurenceschopnost a ziskovost. Z kontextu vyplývá, že podniky berou ohled na ekonomickou, sociální a environmentální oblast. Dané oblasti jsou základními prvky koncepce **triple-bottom-line** (trojí základ podnikání) označené zkratkou „3P“ *profit* (zisk), *people* (lide), *planet* (zemi). (Šmajš 2012, s. 156)

Společenská odpovědnost v ekonomické oblasti zahrnuje (Dytrt 2006a, s. 110):

- kodexy podnikatelského chování – etické kodexy;
- odmítnutí korupce;
- věrohodnost a transparentnost (poskytování informací o podniku);
- etické vztahy s akcionáři, vlastníky;
- dodavatelsko-odběratelské vztahy;
- ochrana duševního vlastnictví;
- inovace a udržitelnost produktů.

Společenská odpovědnost v sociální oblasti klade důraz na:

- firemní dobrovolnictví;
- zdraví a bezpečnost zaměstnanců;
- zákaz dětské práce;
- zákaz diskriminace;
- rozvoj lidského kapitálu;
- dodržování lidských práv;
- rozmanitost na pracovišti (starší lidé, handicapovaní);
- jistota zaměstnanosti.

Společenská odpovědnost v environmentální oblasti:

- ekologická výroba produktu a služeb (standardy norem ISO);
- ekologická firemní kultura (recyklace, úspora energií);
- investice do ekologických technologií;
- ochrana přírodních zdrojů.

Realizace a dodržování koncepce společensky odpovědného podniku - je agenda velmi obsáhlá a různorodá. Záleží na oboru podnikání, geografické uspořádání a kulturní úrovni. Předpokladem efektivní společenské odpovědnosti je vybudování silné podnikové kultury a etiky se vztahem k respektování všech výše jmenovaných oblastí.

1.4.1 Teoretické přístupy ke společenské odpovědnosti podnikání

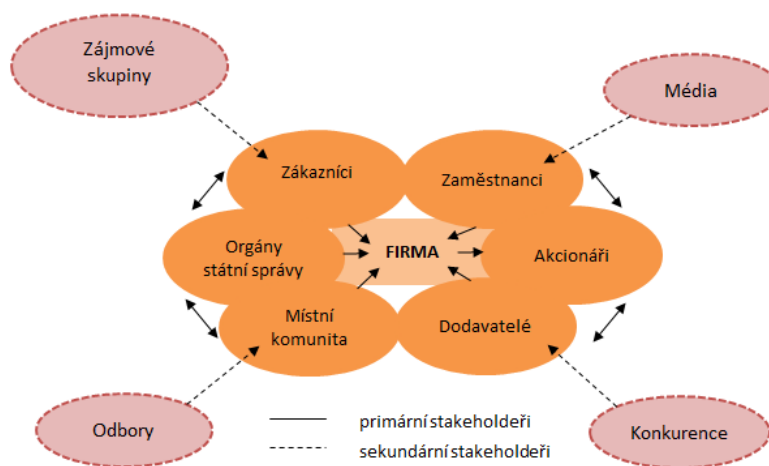
Společenská odpovědnost rozlišuje dvě základní zainteresované skupiny, které se přímo nebo nepřímo podílejí na ekonomických aktivitách podniku a zároveň jsou těmito aktivitami dotčeny. Jedná se o teorie stockholders a stakeholders. (Friedman 1970, cit. podle Putnová 2007, s. 128-131)

Teorie stockholders (teorie akcionářů) předpokládá, že jednání, které poškozuje trh a jeho účastníky bude odstraněno dokonalou konkurencí. Milton Friedman, nejznámější představitel tohoto směru, se vyjádřil následovně: „*Existuje jedna a jediná společenská odpovědnost podnikání – používání zdrojů a vytváření aktivit vedoucích ke zvýšení zisku vlastníků, pokud se stále pohybujeme v pravidlech hry.*“ (Friedman 1970) Z názoru Friedmana lze odvodit, že hlavní úlohou této teorie je maximalizace zisku vlastníků.

Společnost nemůže nést odpovědnost, protože je uměle vytvořená jednotka, odpovědná může být pouze reálná osoba.

Teorie stakeholders (participující skupiny) říká, že podnik by neměl stát mimo morální odpovědnost. Hlavní myšlenkou je nesledovat pouze zájmy vlastníků, ale brát ohled na ostatní skupiny, které mají vliv na rozvoj podniku. Primární skupinu tvoří zákazníci, zaměstnanci, akcionáři, dodavatelé, místní komunita a orgány státní správy. Tato skupina - je pro podnik důležitá a přímo se podílí na jeho fungování.

Obrázek 3 Participující skupiny



Zdroj: vlastní zpracování (Ferrell 2008, s. 36)

1.5 Důvody pro etické chování v podnikání

Podnik není izolovaný systém, je součástí sociálního a ekonomického prostředí. Proto etické jednání podniků přináší užitek samotnému podniku a celé společnosti, je tedy celospolečensky přínosné. Výsledek etického jednání je kvalitní podnikatelské prostředí, dobré jméno podniku, spokojení zaměstnanci a čistší životní prostředí. V souvislosti s etickým jednáním vzniká otázka, **jaké jsou konkrétní důvody a přínosy etického podnikání?** Názory českých manažerů na danou otázku se dají rozdělit do dvou skupin. První skupina se dá charakterizovat následovně „*Manažeři se obávají uplatňovat manažerskou etiku. Zejména ti manažeři, kteří by rádi usilovali o uplatňování etických postojů, avšak působí v neetickém prostředí. Neetickému chování svých partnerů se musí bránit a mylně se domnívají, že se musí chovat stejně jako oni. Proto slyšíme, že etika je přepych, který si budou moci dovolit, až na to budou mít, protože jinak by riskovali krach své organizace.*“ (Dytrt 2006b, s. 55) Druhá skupina je toho názoru, že chovat se eticky se

vyplatí, má to dobrý vliv na udržení dlouhodobých vztahů, posílení konkurenceschopnosti a zajištění kvalitního sociálního prostředí.

Důvody jsou různé, pro jednodušší orientaci Čaník (2005, s. 26) rozděluje efekty etického chování do dvou základních skupin:

1. efekt etického chování u **samotného podniku** (mikroúroveň a mezoúroveň)
2. efekt etického chování na **celkový systém** (makroúroveň)

Efekt etického chování - makroúroveň

Efekt celospolečenského etického chování je vždy pozitivní. Napomáhá ke snižování negativních dopadů a vytváří příležitosti pro trvalé a produktivní fungování společnosti. Hospodářství, které se stará o všechny složky, tj. ekonomickou, sociální a environmentální, v konečném důsledku maximalizuje celkový užitek společnosti.

Důvody etického chování na makroúrovni, příklady (Čaník 2006, s. 15-16):

- pomocí vyšší transparentnosti dochází ke snížení korupce;
- zvýšení důvěry ve společnosti vede ke snižování transakčních nákladů systému;
- vyšší produktivita práce vede k vyšší konkurenceschopnosti;
- zlepšení podnikatelského prostředí vede ke zvýšení přílivu zahraničního kapitálu;
- zlepšení životního a sociálního prostředí;
- snížení hospodářské kriminality atd.

Efekt etického chování - mikro a mezoúroveň

Na společnosti se etické chování projeví nejvíce. U jednotlivců nebo podniků tomu tak vždy není. Řeší se otázky, zda se vyplatí etické chování podniku vždy a za všech okolností? Kolik to bude stát a je to pro podnik výhodné nebo jen ztráta úsilí a peněz? Jinak řečeno, podniky mají najednou dilema.

Etické chování nemusí být vnímané pouze jako riziko, nákladnost nebo ztráta. Naopak dlouhodobé etické chování podniku je výhodná strategie, která vede ke zvýšení konkurenceschopnosti, dobrého jména a prospívá celé společnosti.

Důvody etického chování na mikro a mezóúroveň, příklady (Čaník 2006, s. 17):

- zlepšení firemní reputace;
- snížení fluktuace zaměstnanců;
- zvýšení konkurenceschopnosti;
- zajištění příjmů a zisků;
- trvale udržitelný rozvoj;
- rozšíření na nové segmenty trhu;
- redukce rizik a nákladů atd.

Z vyjmenovaných důvodů je zřejmé, že chovat se eticky přináší podniku řadu výhod a především v nefinanční podobě, jejichž důležitost pro dlouhodobé fungování podniku není o nic menší.

1.6 Nástroje etického řízení

Základ implementace etiky do podnikání tvoří nástroje etického řízení. Pomáhají k prosazování etiky do podnikatelské praxe. Podle Čaníka (2006, s. 21) lze rozdělit nástroje podnikatelské etiky do dvou základních skupin:

- **interní nástroje** – jedná se o nástroje, které má podnik přímo pod kontrolou a jejichž používáním ovlivňuje přímo své etické chování (etický kodex, etický a sociální audit, organizační struktura apod.)
- **externí nástroje** – nástroje, které existují vně podniku a jejichž používáním může podnik ovlivňovat etické prostředí ve společnosti (protikorupční linky státních organizací apod.)

Nástroje podnikatelské etiky lze rozdělit na **tradiční** a **moderní**. Nejdůležitějším ze všech nástrojů je etický kodex, který je považován za tradiční nástroj etického řízení a dále etický a sociální audit, který patří mezi moderní nástroje.

Tradiční nástroje etického řízení:

- etický kodex;
- týmová práce;
- etické vzdělávání;
- leadership.

Moderní nástroje etického řízení:

- etický a sociální audit;
- etický ombudsman;
- mentoring.

Tradiční nástroje podnikatelské etiky byly používány již ve dvacátých letech 20. století. Jednalo se o jednodušší etické kodexy – firemní kréda a deklarace hodnot. Ve třicátých letech byly doplněny výcvikem zaměstnanců k etickému či obchodnímu jednání. Po druhé světové válce byly zaváděny první etické kodexy, které vycházely z teorie participujících skupin. V současné době je etický kodex klíčový nástroj etického řízení v podnikatelské praxi.

Moderní nástroje podnikatelské etiky byly poprvé využité v praxi na přelomu osmdesátých a devadesátých let 20. století. Byly používány především v USA, kde mají spolu s tradičními nástroji dlouhodobou tradici. Velké firmy zavedly úřad ombudsmana pro etiku nebo etické výbory, složené z významných odborníků na etiku. (Seknička, 2016, s. 146-152)

1.6.1 Principy etického řízení

Principy etického řízení jsou hlavními zásadami pro zajištění etického jednání do každodenních činností podniku. Vymezení a realizace principu etického řízení do praxe - vychází ze zkušenosti a vzdělávání v oblasti podnikové etiky. Zavedení daných principů přináší podniku vhodné podmínky pro zavedení jak tradičních tak i moderních nástrojů etického řízení.

Podle Putnové (2007, s. 73) rozlišujeme následující principy etického řízení:

- Odpovědnost podnikání – obsahuje od odpovědnosti vůči akcionářům k odpovědnosti vůči participujícím skupinám.
- Ekonomický a sociální vliv na podnikání – inovace a světové společenství.
- Podnikatelské chování – od dodržování zákonů k vzájemné důvěře.
- Respektování pravidel.
- Podpora mezinárodního podnikání.
- Ochrana životního prostředí.
- Vyvarování se nezákonných operací.

1.7 Etický kodex

Etické kodexy nejsou vynálezem dnešní doby. Za první etický kodex v historii se považuje tzv. Hippokratova přísaha, která byla zformulovaná přibližně před 2400 lety. Tato přísaha byla adresována lékařům. Etické kodexy se stále vyvíjí a v dnešní době jsou nejpoužívanějším nástrojem etického řízení. Nejvíce používané jsou v USA a Velké Británii. V České republice má podle výzkumu společnosti GfK Praha z roku 2006 přibližně 33 % organizací sepsané nějakým způsobem deklarace hodnot. Ostatní mají buď nepsaný etický kodex, nebo jej mají jako součást vnitřních směrnic. Etické kodexy v České republice nejsou moc populární, ale stále více manažerů uvažuje o jejich zpracování.

Etický kodex lze definovat následujícím způsobem: „... je nástrojem, který pomáhá zajišťovat, aby každodenní aktivity podniku (profesního sdružení, asociace firem atd.) a jednání všech jeho zaměstnanců (členů) odpovídalo stanoveným zásadám. Jde o soubor konkrétních pravidel, které vycházejí z hodnot a principů organizace a vymezují standard profesionálního jednání. Ustanovení etického kodexu slouží k prosazování etického chování a rozhodování a pomáhají tak zlepšovat celkové prostředí v rámci podniku (odvětví), a tím i celé podnikatelské prostředí.“ (Friedel 2003, s. 16)

Hlavním úkolem etického kodexu je prosazování etického chování a rozhodování v organizaci, zlepšení vnitřního i vnějšího prostředí subjektu. Podpisem kodexu se jednotlivec či podnik zavazuje k dodržování určitých pravidel a postupu. Kodex nemá právní platnost, ale i tak jeho porušení lze řešit postihem, který je součástí kodexu (např. odraz v hodnocení, negativní reputace, vyloučení z profesní asociace atd.).

Etický kodex by měl vycházet z konkrétní situace, znalosti věci a vize budoucího rozvoje. Dobře sestavený kodex pomáhá k plnění strategických cílů. Orientuje se na slabá místa, která by mohla omezit plnění cílů, od vedení až po nejnižší pozice. Etickým kodexem podniky dávají najevo, jaké hodnoty jsou pro ně nejdůležitější. Takto stanovená pravidla posilují vědomí zaměstnanců, že pracují v prostředí, kde platí stejná pravidla pro každého a nadřízení nemohou zneužívat svého postavení. Kodexy mohou sloužit jako kritérium posuzování a porovnání podniků. (Čaník 2006, s. 22-23)

Etické kodexy můžeme rozdělit do třech základních skupin (Šroněk 1995, s. 192):

- profesní kodexy – kodexy asociací a jejich členů;
- etické kodexy hospodářských sdružení;
- firemní kodexy – kodexy jednotlivých organizací.

Profesní kodexy obsahují morální požadavky jednotlivých povolání. Slouží k usměrňování vzájemných vztahů lidí v pracovních kolektivech a také k usměrňování chování vůči dalším stranám. Znamé, jsou lékařské kodexy, učitelské kodexy, novinářské atd. (Bláha 2003, s. 99)

Etické kodexy organizace (code of business ethics, code of conduct) se týkají dodržování etických zásad v konkrétní organizaci. Informují o tom, jak postupovat a co je v rámci organizace možné. Liší se od pracovního řádu, který určuje, **co musí být**. (Bláha 2003, s. 101)

Druhy kodexů etiky (Seknička 2001, s. 110-112):

1. Deklarace hodnot

Vyjádření hodnot, kterými se firma ve své podnikatelské činnosti řídí. Dané hodnoty jsou spojené s kvalitou zboží či služeb, bezpečnosti zákazníků, ale také zájmem o problémy zaměstnanců. Deklarace hodnot vychází z podnikatelské filozofie a udává, kam firma směřuje. Součástí deklarací hodnot jsou i etické hodnoty. Podstatné je, že deklarace hodnot je vyhlášovaná veřejně.

2. Firemní krédo

Stanovuje etickou odpovědnost vůči zainteresovaným subjektům. Formuluje etické postoje organizace. Lze jej považovat za měřítko vyspělosti podnikové kultury a kvality firemní komunikace.

3. Etické kodexy

Zdůrazňují komplexní pohled na činnosti podniku i na práva a povinnosti zaměstnavatelů, zaměstnanců a zákazníků. Pozornost je věnovaná i okolí podniku, které ovlivňuje podnikatelské prostředí, jako např. konkurenci, odběratele, dodavatele, investory, vládu atd.

1.7.1 Tvorba etického kodexu

Při tvorbě etického kodexu se uplatňují dva různé přístupy (Bláha 2003, s. 109):

1. **skandinávský model** – na tvorbu etického kodexu se aktivně podílejí všichni zaměstnanci;
2. **americký model** – etický kodex vytvářejí představitelé managementu a vlastníci podniku.

V obou modelech je při tvorbě kodexu vyžadována vysoká profesionalita. Kodex by měl být srozumitelný, přehledný a přesný. Nemělo by být podceňeno grafické zpracování ani prezentace.

Etický kodex by měl obsahovat následující části (Seknička 2016, s. 147):

- preambuli – úvod, který zdůvodňuje, proč organizace potřebuje etický kodex;
- vztahy se zákazníky;
- vztahy k akcionářům a ostatním investorům;
- vztahy k zaměstnancům;
- vztahy k dodavatelům;
- vztahy ke konkurenci;
- vztahy k vládě a místním organům.

Struktura a obsah kodexů jednotlivých organizací je odlišná. Záleží na oboru, velikosti podniku, podnikatelské strategii, vyspělosti managementu a zaměstnanců. I přesto lze specifikovat typické okruhy, které by neměly chybět v žádném kodexu (Putnová 2007, s. 77):

- respektování práva;
- čestnost a fér konkurence;
- bezpečnost a kvalita produkce;
- konflikty zájmů;
- odmítnutí diskriminace;
- vztahy s dodavateli;
- oceňování účetnictví, uzavírání smluv;
- zneužívání a využívání informací v obchodním styku;
- korupce;

- sociální odpovědnost;
- ochrana životního prostředí;
- informace o majetku.

1.7.2 Přínosy etického kodexu

Kodexy pomáhají managementu a zaměstnancům upevňovat firemní kulturu, odrážející hodnoty uznávané danou firmou. Formují firemní politiku a obecné zásady, se kterými se zainteresované subjekty ztotožňují.

Mezi hlavními přínosy etických kodexů lze zařadit (Friedel 2003, s. 18; Čaník 2006 s. 23):

- zlepšení reputaci firmy na veřejnosti i u zákazníků;
- eliminace nežádoucích praktik;
- zvýšení loajality zaměstnanců – vede k získávání kvalitního personálu;
- jednodušší zavádění inovací;
- usnadnění jednání se zainteresovanými skupinami;
- otevřená komunikace;
- zvýšení výkonnosti organizace a konkurenceschopnost;
- zabránění nadřizeným zneužívat svého postavení vůči ostatním zaměstnancům.

1.8 Etický a sociální audit

Nejnámějším z moderních nástrojů etického řízení je považován etický a sociální audit. Je jeden z nejnovejších a nejkomplexnějších nástrojů etického řízení, který se používá ve vyspělých tržních ekonomikách k implementaci podnikatelské etiky do praxe. (Putnová 2007, s. 84)

Etický audit je zaměřen především na systematické hodnocení etického programu ve firmě a prověřování etických standardů. (Seknička 2016, s. 154)

Sociální audit se orientuje především na oblasti společenské odpovědnosti – zaměstnanecká politika, ekonomický rozvoj, environmentální politika a charita.

Existuje řada důvodů pro zavedení obou auditů. Patří mezi ně **jednota řízení**, která sleduje dodržování pravidel. Dalším důvodem je **odpovědnost vůči stakeholderům**, která je základním prvkem etického řízení. **Kontrola klimatu** ve firmě je také velice důležitá, má vliv na výkon zaměstnanců.

PRAKTICKÁ ČÁST

2 Praktická část

V praktické části jsem se zaměřila na zkoumání dodržování etických zásad ve společnosti E-Consulting Czech s.r.o. Společnost se zabývá vedením účetnictví a daňovým poradenstvím, proto je nutné, aby dodržovala zmíněnou etiku v podnikání. Etika by měla být součástí jak vnějších vztahů, tak i vztahů uvnitř firmy. Dodržování etických zásad a možnost zavedení etického kodexu jsem zjišťovala pomocí anonymního dotazníku.

2.1 Představení společnosti E-Consulting Czech s.r.o.

Obrázek 4 Logo společnosti E-Consulting



Zdroj: E-Consulting, 2017

Společnost E-Consulting Czech byla založena v roce 2004. Předmětem podnikání je účetní poradenství, vedení účetnictví, vedení daňové evidence a daňové poradenství. Nabízí služby zpracování mzdové a účetní agendy dle české, slovenské a polské legislativy. Kromě centrály v Praze, má další 3 pobočky. Pobočka v Brně slouží pouze jako kontakt pro Moravskoslezský kraj a je řízená centrálou. Pobočka v Bratislavě zpracovává mzdovou agendu a je tvořena třemi zaměstnanci, kteří na denní bázi spolupracují s centrálou. Pobočka v Polsku spolupracuje s partnerskou společností, která zpracovává agendy polských klientů.

Nabízené služby se dělí na zpracování mezd, zpracování účetnictví a poradenství. Firma je zastáncem inovací v outsourcingu účetnictví a mezd, proto používá cloudové řešení. Za svojí prioritou považují kontakt a spolupráci s klientem, kdy na základě jeho přání a potřeb, navrhnou adekvátní řešení. (E-Consulting Czech, 2017)

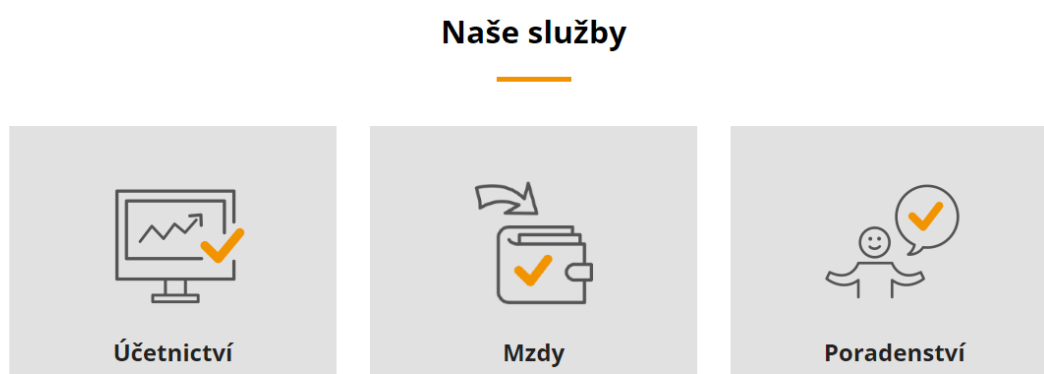
Nabízené služby je vhodné podrobněji popsat kvůli snadnější orientaci. Proces zpracování účetnictví je maximálně možné automatizovaný. Modul Automated Accounting přijímá doklady ke zpracování v elektronické podobě (nejčastěji PDF). Dokáže je přepsat do datové věty a pomocí historie dat je automaticky účtovat, což přináší úsporu času a nákladů na zpracování.

Zpracování mezd probíhá na základě mzdového portálu, který slouží jako komunikační nástroj mezi HR oddělením klienta a mzdovým oddělením E-Consulting. Do portálu jsou vložena data potřebná pro zpracování mezd, dále probíhá zpracování a distribuce reportů klientovi.

Poradenská služba je zaměřená především na legislativní změny, daňové poradenství, ekonomické dotazy, procesní dotazy atd. Pro snadnou podporu využívají HelpDesk službu.

Jelikož je E-Consulting Czech členem Komory daňových poradců ČR, musí dodržovat všechny zákony platné na území České republiky a také etický kodex Komory. (E-Consulting Czech, 2017)

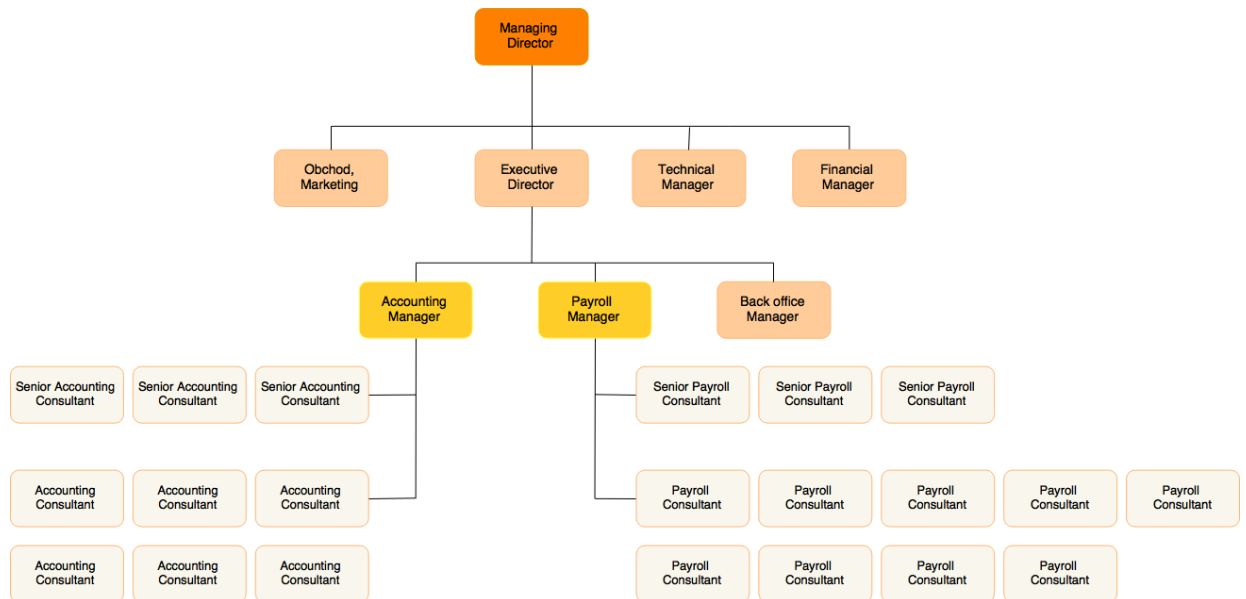
Obrázek 5 Nabízené služby



Zdroj: E-Consulting Czech, 2017

2.2 Organizační struktura

Obrázek 6 Organizační struktura



Zdroj: firemní materiály

Základem organizační struktury společnosti jsou jednotlivá oddělení. Největší oddělení jsou oddělení mezd a oddělení účetnictví. Celkem E-Consulting Czech zaměstnává 30 zaměstnanců na všech pobočkách. Spolupracovala jsem jen s centrálou, kde je zaměstnáno 27 zaměstnanců. Způsob poskytování služeb je postaven na spolupráci zkušených seniorů a týmového zapojení juniorů a asistentů.

2.3 Firemní kultura E-Consulting

Firemní kultura je soubor hodnot, zásad a pravidel chování, dodržovaných v určitém podniku. Jak už jsem uvedla v předchozích kapitolách, etika v podnikání se zabývá touto samou problematikou. Hlavním cílem mé práce je analýza dodržování etických zásad ve společnosti E-Consulting Czech, proto považuji za důležité uvést hlavní charakteristiky firemní kultury.

Hlavní motto společnosti E-Consulting zní: „*Když nevíš kam pluješ, žádný vítr Ti není dost dobrý. Účel nám udává směr, hodnoty pak jsou naším kompasem, který nám ukazuje správnou cestu*“.(E-Consulting Czech, 2017)

Účelem E-Consulting je zjednodušovat svět administrativy, zbavit klienty zbytečných papírů a neefektivních procesů a zapojit je do světa sdílených služeb v cloudu. Základní vizí je stát se špičkou ve svém oboru a automatizovat zpracování mezd a účetnictví.

Základní hodnoty společnosti, které jsou dodržovány při každodenních činnostech, byly vybrány na základě hlasování všech zaměstnanců. Z toho lze usoudit, že ve společnosti vládne demokratický styl řízení a je zde důležitý názor každého. Společnost si zakládá na skutečnosti, že je postavena především na lidech a že je třeba do nich investovat, aby odváděli dobrou práci.

Hodnoty E-Consulting jsou – **jsme lidé, práce nás baví, naše slovo platí, důvěřujeme si, jsme dobrý tým**. Každou hodnotu stručně a jasně popisují.

Jsme lidé – nejsme stroje, dobré vztahy jsou základ. Pečujeme stejně o klienty jako o vlastní tým.

Práce nás baví – jsme srdcaři. Naše práce nás posouvá dál. Vidíme v ní smysl, a proto ji děláme rádi.

Naše slovo platí – nepotřebujeme smlouvy, co si dohodneme, to platí. Nečistou hru nemáme rádi.

Důvěřujeme si – spoléháme jeden na druhého, věříme si, nebojíme se sdílet neúspěchy a poučit se z nich.

Jsme dobrý tým – sdílíme, spolupracujeme, pomáháme si a respektujeme každého z nás.
(E-Consulting Czech, 2017)

Z vlastních zkušeností vím, že firma tyto hodnoty opravdu dodržuje. Podle mého názoru nejvíce si zakládá na hodnotách „Jsme dobrý tým“ a „Důvěřujeme si“. Byla jsem svědkem toho, že se navzájem od sebe učí, společně o problémech diskutují a hledají společná řešení. Kdykoliv jsem potřebovala s něčím pomoci, s radostí mi pomohli. Co mě nejvíce překvapilo, bylo to, že mě nenutili dělat věci, které mi nebyly blízké a s kterými jsem neměla zkušenost. Vždy jsem dostala jasné úkoly a dostatek času na jejich splnění.

2.4 Metodologie zpracování

Hlavním cílem mé práce je analýza a zhodnocení stavu dodržování etických zásad ve firmě E-Consulting Czech s.r.o.

K analýze byla použita metoda dotazníkového šetření, zaměřená na dodržování etických zásad, etické jednání a postoji k etickému kodexu. Dotazník byl zpracován ve dvou verzích. První byla určena pro manažery s cílem získat informace o jejich postoji k etice v podnikání a zavedení etického kodexu. Druhá verze byla určena pro zaměstnance a měla za cíl zjistit, jaká jejich připravenost k přijetí kodexu a k etickému jednání při provádění každodenní práce.

2.4.1 Zdroje informací

K provedení analýzy a sestavení dotazníku je potřeba získat dostatek informací. Informace by měly být pravdivé, relevantní, aktuální, objektivní a přesné. Zdroje informací lze dělit na **sekundární** a **primární**.

Sekundární data již někde existují a byla shromážděná k jinému účelu. Mohou být veřejně přístupná zdarma nebo za poplatek. Dají se dělit na interní – údaje o prodeji, výrobu, nákup, kalkulaci a externí – statistické ročenky, časopisy, publikace.

Primární data jsou nově shromážděná data ke specifickému účelu nebo pro konkrétní výzkum. Lze je získat pomocí třech hlavních metod: *pozorování, dotazování a experiment*. (Kotler 2007, s. 143)

Dotazování je nejrozšířenější metodou sběru dat a lze ji dělit na *osobní, telefonické, písemné a elektronické*. Podle Giddense (2013, s. 62-64) lze rozdělit dotazníky na:

- Standardizovaný – otázky s možností výběru odpovědi (ano/ne/nevím)
- Otevřené otázky – otázky, na které respondent odpovídá svými slovy
- Polostrukturovaný – kombinace standardizovaných a otevřených otázek

Pro provedení vlastní analýzy jsem vycházela ze sekundárních dat jak interních tak externích. Použita externí data jsou veškeré informace dostupné na webu společnosti (historie, poskytnuté služby, hlavní klienti atd.) publikace v časopisech, youtube canal, výroční zprávy, odborná literatura. Z interních dat jsem použila informace od manažerů o vedení účetnictví a činnosti účetních a daňových poradců.

Jelikož touto problematikou v E-Consulting Czech s.r.o. v takové míře se zatím nikdo nezajímal, potřebovala jsem získat i primární informace. Pro jejich získání jsem použila metodu *elektronického dotazování*. Jedná se o rychlou a snadnou metodu sběru potřebných informací.

2.4.2 Tvorba dotazníku

Dotazník by měl obsahovat následující části:

- název
- úvodní část
- hlavní část
- závěr

Dotazník má stručný název, který souvisí s tématem otázek. Úvodní část obsahuje oslovení respondenta, představení autora dotazníku a také informace o účelu a cíli výzkumu. Dále by měli být instrukce k vyplňování dotazníku. Hlavní část dotazníku tvoří otázky, které mohou být otevřené, uzavřené a kombinace obou. Otázky by měli být pokládány od jednodušších k náročnějším. Otázky musí být stručné, srozumitelné a k tématu. Na konci dotazníku by mělo být poděkování respondentovi a případně informace o výsledcích šetření.

Dotazník jsem zpracovala na základně zjištěných informací o firmě, její kultuře a hodnotách. Dále jsem vycházela z prostudované teorie o etice v podnikání. K sestavení dotazníku jsem si zvolila polostrukturovanou formu, tj. kombinace otevřených a uzavřených otázek. Hotový dotazník jsem testovala tak, že jsem jednotlivé otázky analyzovala s manažery a poté jsem u některých změnila formulace a dopracovala konečnou verzi.

Zvolila jsem elektronický dotazník, protože je to rychlá, levná metoda a není časově náročná. Cílovou skupinu respondentů tvořil personál společnosti E-Consulting s.r.o.

2.4.3 Struktura dotazníku

Dotazník je anonymní. Obsahuje úvod, ve kterém informuji respondenty o účelu dotazníku a způsobu vyplnění. Hlavní část dotazníku je rozdělená na 3 dílčí části. První část je zaměřena na všeobecné informace o respondentovi. V druhé části jsou otázky zaměřeny na etiku v podnikání, zejména znalosti etiky a její dodržování. Ve třetí části jsou otázky orientované na etický kodex, jeho význam, obsah a implementace. Celkem dotazník obsahuje 22 otázek pro manažery a 20 pro zaměstnance. Většina otázek jsou uzavřené a jen málo z nich otevřené. Respondenti vybírali z nabízených odpovědí pouze jednu odpověď, kterou považovali za správnou. U otevřených otázek napsali svůj názor do textového pole. Čas na vyplnění byl cca 10 minut.

Dotazník byl určen pro všechny zaměstnance ze všech oddělení. Byl zasílán elektronicky pomocí emailu. Celkem bylo osloveno 27 zaměstnanců. Čas na vyplnění byl 14 dní, od 1.3.2017 do 14.3.2017. Bylo vyplněno 21 dotazníků, návratnost byla 78%. Návratnost hodnotím pozitivně. Vzhledem k tomu, že dotazníkové šetření proběhlo v době účetních uzávěrek, mohu říct, že zaměstnanci byli ochotní mi pomoci a měli zodpovědný přístup k vyplnění dotazníků.

Pro vytvoření elektronického dotazníku jsem použila jeden z nástrojů pro tvorbu dotazníku, který je dostupný zdarma na stránkách <https://kwiksurveys.com/>. Zvolila jsem daný nástroj, protože jako jediný nabízí zdarma logické propojení otázek a neomezený počet otázek a čas na šetření.

2.5 Výsledky dotazníkového šetření

1. Obecná část – informace o pohlaví, věku, vzdělání a tom jak dlouho pracují pro E-Consulting.

Otázka č. 1 – Pohlaví respondenta

95 % respondentů ženského pohlaví a 5 % mužského pohlaví. Výsledek nepřekvapil, ve skutečnosti na centrále pracují jen 3 muži.

Otázka č. 2 – Věková kategorie

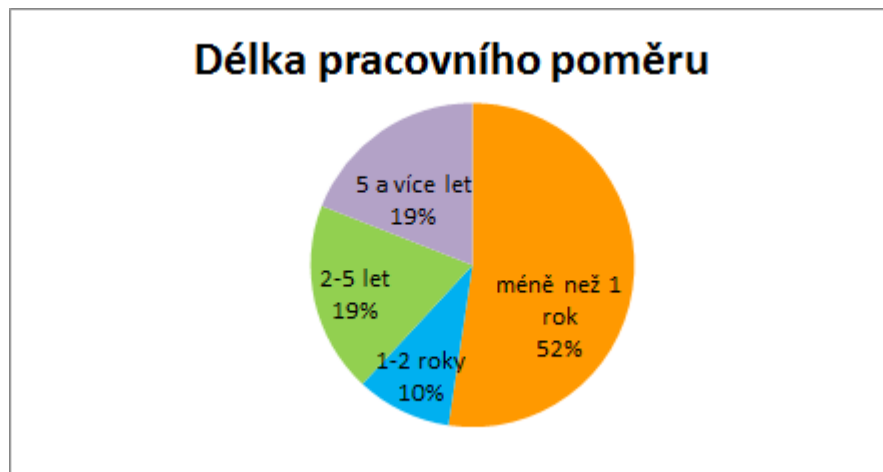
Z celkového počtu 27 respondentů, nejvíce zaměstnanců spadá do věkové kategorie 25-34 let (71 %), následují zaměstnanci ve věku 35-44 let (19 %) a nejméně je zaměstnanců ve věku nad 45 let (10 %).

Otázka č. 3 – Nejvýše dosažené vzdělání

Nejvíce respondentů dosáhlo vysokoškolského vzdělání a to 62 %. Zbylých 38 % jsou zaměstnanci se středoškolským vzděláním s maturitou.

Otázka č. 4 – Jak dlouho pracujete v E-Consulting?

Graf 1 Délka pracovního poměru



Zdroj: vlastní zpracování

Z uvedeného grafu vyplývá, že nejčastější délka pracovního poměru je méně než 1 rok (52 %). Následují údaje 1-2 roky a 2-5 let se stejnou váhou 19%. Zbytek tvoří zaměstnanci, kteří pracují pro E-Consulting více než 5 let.

Z daných výsledků lze usoudit, že ve společnosti dochází k vysoké fluktuaci zaměstnanců. Příčinou může být špatná motivace.

Otázka č. 5 – Jakou pozici zastáváte v E-Consulting?

61 % respondentů zastává manažerské pozice, senioři, HR a marketing. Zbýlých 39 % je obsazeno mzdovými a účetními konzultanty. Výsledky by měly odpovídat organizační struktuře.

2. Otázky k etice – druhá část dotazníku je zaměřená na etiku v podnikání. Cílem bylo ověřit znalosti etiky, dodržování etiky a případné změny z pohledu etiky.

Otázka č. 6 – Setkal/a jste se někdy s pojmem etika v podnikání?

79 % respondentů odpovědělo ANO a jen 21 % NE.

Otázka č. 6a) – Znáte význam tohoto pojmu? (dokázal/a byste ho říct)

Pozitivní výsledek je, že 93 % respondentů znají význam etiky v podnikání a dokázali by ho říct. Ostatní 7 % jsou na tom hůř.

Otázka č. 7 – Považujete za důležité, aby podnik jednal eticky?

75 % respondentů odpovědělo ANO, 25 % v závislosti na situaci, ale pak bohužel nenaznačili, o jakou situaci by se mělo jednat.

Otázka č. 8 – Považujete etické jednání za konkurenční výhodu?

84 % respondentů odpovědělo ANO a 16 % NE.

Otázka č. 9 – Dodržujete hodnoty Vaší firmy při plnění každodenních činností?

95 % respondentů dodržuje hodnoty při plnění každodenních činností a jen 5 % ne.

Otázka č. 10 – Považujete etiku v podnikání jako součást strategie firmy?

100 % respondentů odpovědělo ANO. Vzhledem k tomu, že v předchozích otázkách, někteří váhali, tak zde mají jasno.

Otázka č. 11 – Poškozuje neetické jednání Vaši firmu?

89 % respondentů odpovědělo ANO a jako příklady uvedli následující

- „Raději odmítneme finančně zajímavého klienta, pokud se nám zdá, že jeho podnikání není úplně čisté.“
- „Za neetické považují např. vědomé úpravy v poskytnutých podkladech - např. dopisování údajů do podkladů pro daně, neschopenek atp. bez vědomí klienta.“

Jedná se o jednání, které může u klienta vyvolat nedůvěru a obavy z jednání, v extrémních případech, na hraně zákona.“

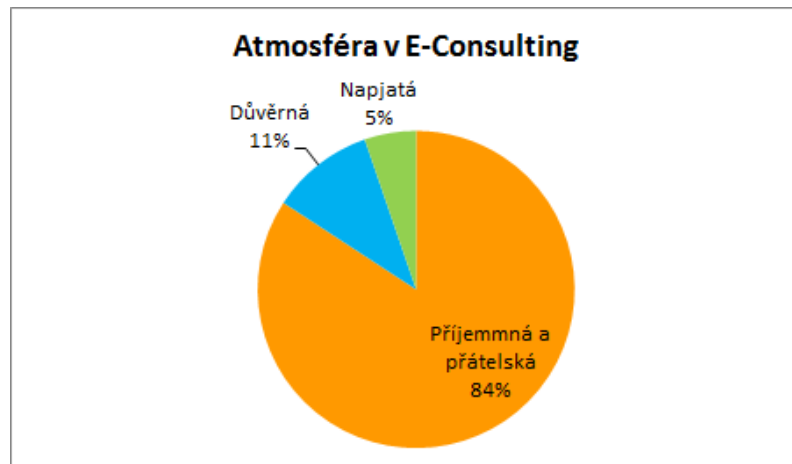
- *„Pokud např. firma popisuje své služby jako kvalitní, perfektně zorganizované a levné a poté zákazník zjistí, že tomu tak není. Klamavou reklamou upozorňuje na výjimečnost svých služeb a poté není schopen dostát svých závazků.“*

Otázka č. 12 – Myslíte si, že je důležité zabývat se etikou v E-Consulting?

Odpovědi na danou otázku byly překvapivé, vzhledem k tomu, že 100 % respondentů považují etické jednání za důležité, jen 89 % z nich považuje za důležité zabývat se etikou v E-Consulting, ostatní 11 % to považují za nedůležité.

Otázka č. 13 – Jaká atmosféra panuje v E-Consulting?

Graf 2 Atmosféra v E-Consulting



Zdroj: vlastní zpracování

Z grafu vyplývá, že více jak 80 % respondentů je s atmosférou panující v E-Consulting spokojeno.

Otázka č. 14 – Co byste změnili v E-Consulting z pohledu etického chování?

Jednalo se o otevřenou otázku, kde respondenti mohli napsat svůj vlastní názor. Vybrala jsem odpovědi, které jsou zajímavé a souvisí s otázkou.

- *„Etický kodex E-Cons, který by byl sepsaný.“*
- *„Jen abychom nepřestali na etice pracovat.“*
- *„Nic. E-Cons vnímám jako firmu postavenou na pevných kolegiálních základech a velmi si toho cením.“*
- *„Nic, je tu příjemné prostředí.“*

Druhou část dotazníku bych shrnula následovně. Z odpovědí respondentů vyplývá, že více jak 80 % je seznámeno s etikou v podnikání, umějí i aplikovat a dodržují firemní zásady. Překvapilo mě, že 100 % respondentů považuje etiku v podnikání jako součást strategie podniku, ale jenom 89 % z nich považuje za důležité zabývat se etikou v E-Consulting. Zajímavá byla odpověď na otázku „Co by změnili z pohledu etického chování“. Ti, kteří daný pojem neznali, například vůbec nevedli, jestli by měli zájem o školení či seminář, který by se tímto tématem zabýval. Pozitivní je, že 84 % vnímají etiku v podnikání za konkurenční výhodu.

Na základě odpovědí v této části bych doporučila více se o etiku v podnikání zajímat. Jednalo by se především o rozvíjení znalostí a dodržování etiky u těch zaměstnanců, kteří se o tuto problematiku dříve zajímali a nadále zajímají. Pro zaměstnance, kteří zatím nejsou o důležitosti etického chování přesvědčeni, bych doporučila školení či jinou formu doplnění informací.

3. Otázky k etickému kodexu – v této části byly otázky rozděleny zvlášť pro manažery, seniory, HR, marketing a zvlášť pro konzultanty (ostatní zaměstnance). Otázky jsou zaměřeny na postoj k etickému kodexu a uvažování o jeho případném zavedení.

Manažerské odpovědi

Otázka č. 15 - Uvažoval/a jste o zavedení etického kodexu ve Vaší firmě?

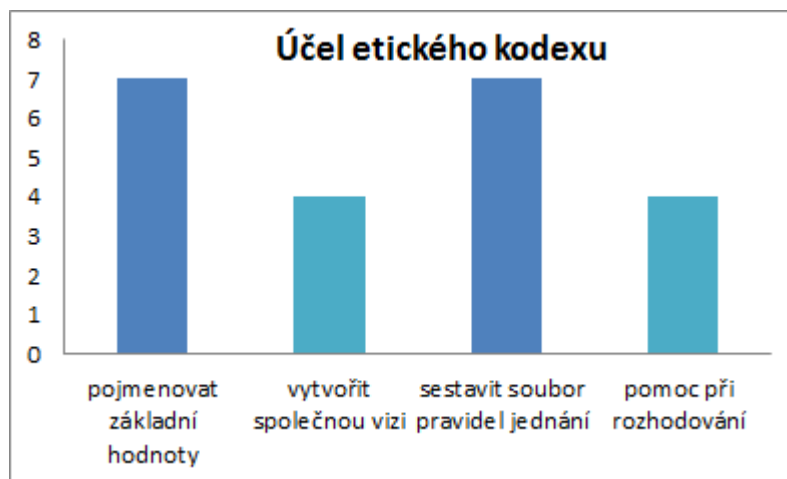
58 % respondentů o zavedení uvažuje, 42 % odpovědělo zatím ne. Jako důvod uvedli:

- „Kvůli času, jsou i důležitější projekty.“
- „Už máme dobrou etiku.“
- „Nenapadlo mě to, protože máme své hodnoty, které se prolínají v podstatě každodenní činnosti ve firmě.“

Otázka č. 16 – Jaký bude účel kodexu?

Na tuto otázku byla možnost vybírat více odpovědi. Výsledkem je, že 64 % respondentů vnímá účelem kodexu jako pojmenování základních hodnot a sestavení souboru pravidel jednání.

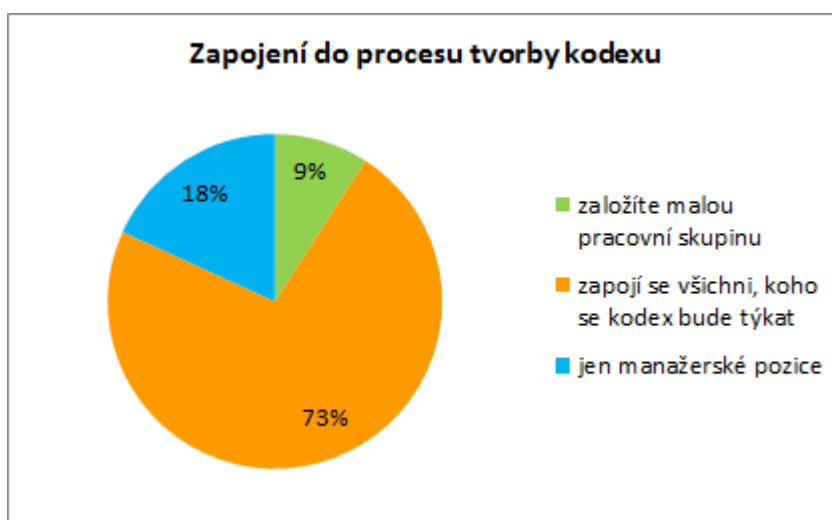
Graf 3 Účel etického kodexu



Zdroj: vlastní zpracování

Otázka č. 17 – Koho a jak zapojíte do procesu vytváření kodexu?

Graf 4 Zapojení do procesu tvorby kodexu



Zdroj: vlastní zpracování

Z grafu vyplývá, že zpracování kodexu bude celopodniková záležitost. 73 % respondentů je toho názoru, že na sestavení kodexu by se měli podílet všichni, kterých se kodex bude týkat.

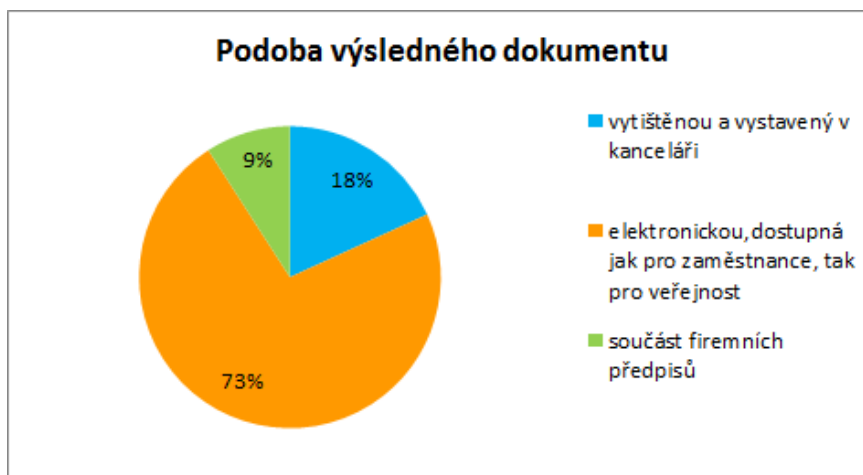
Otázka č. 18 – Jsou zásady obsaženy v kodexu každodenní záležitosti?

100 % respondentů odpovědělo ANO.

Otázka č. 19 – Jakou podobu bude mít výsledný dokument?

Z grafu vyplývá, že 73 % respondentů, je toho názoru, že kodex by měl mít elektronickou podobu, a byl dostupný na webových stránkách. Jak pro zaměstnance, tak pro veřejnost.

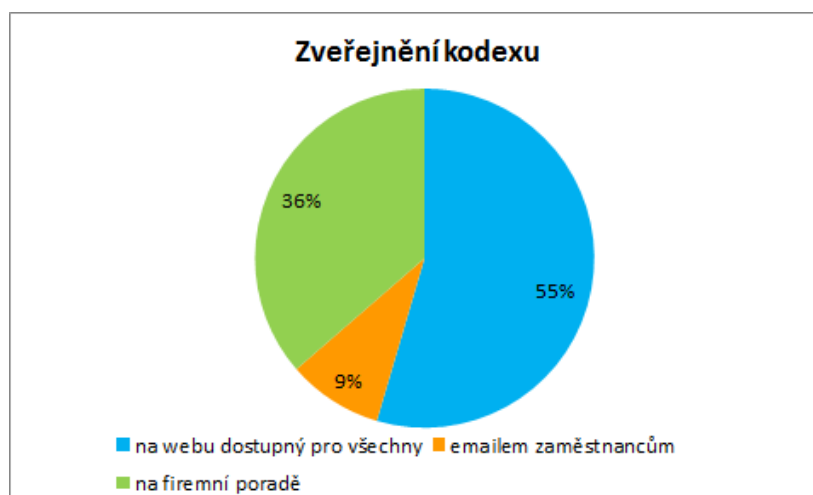
Graf 5 Podoba výsledného dokumentu



Zdroj: vlastní zpracování

Otázka č. 20 – Jak bude kodex zveřejněn?

Graf 6 Zveřejnění kodexu



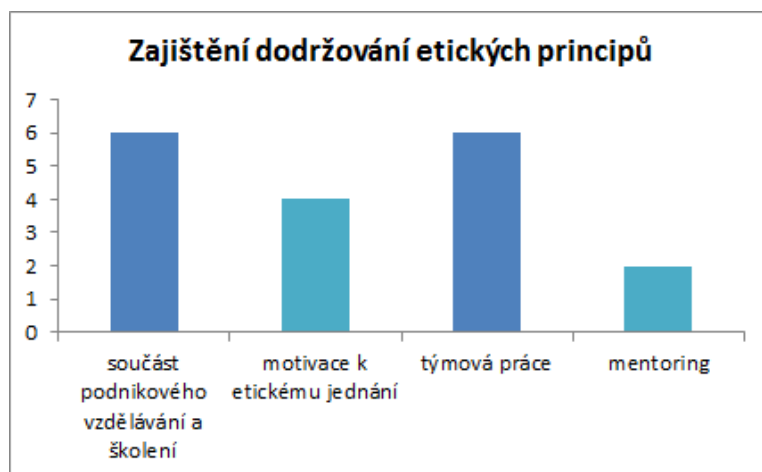
Zdroj: vlastní zpracování

Podle 55 % respondentů, by měl být kodex dostupný pro všechny prostřednictvím webových stránek. 36 % respondentů by uvítali prezentaci na firemní poradě.

Otázka č. 21 – Jak zajistíte dodržování etických principů?

Tato otázka nabízela možnost výběru více odpovědi. 55 % respondentů je toho názoru, že dodržování etických principů by mělo být zajištěno pomocí podnikového vzdělávání a školení. Také by uvítali možnost týmové práce. Zbýlých 36 % by uvítalo motivaci k etickému jednání. Jen naprostá menšina by uvítala zajištění pomocí mentoringu.

Graf 7 Zajištění dodržování etických principů

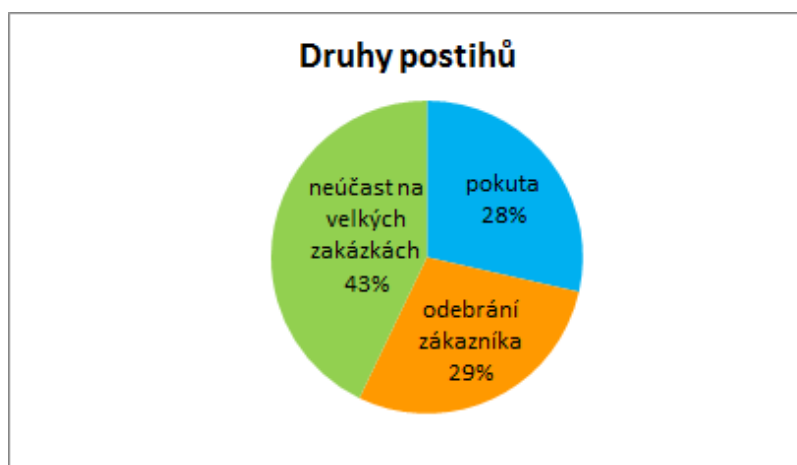


Zdroj: vlastní zpracování

Otázka č. 22 – Bude mít porušení etického kodexu nějaký postih? Případně jaký?

91 % respondentů odpovědělo ANO, jen 9 % NE. Jako postih uvedlo 43 % respondentů neúčast na velkých zakázkách, 29 % bylo pro formu pokuty. Zbýlých 29 % se shodlo na odebrání zákazníka.

Graf 8 Druhy postihů



Zdroj: vlastní zpracování

Odpovědi zaměstnanců

Otázka č. 15 – Souhlasil/a byste s přijetím etického kodexu?

Většina zaměstnanců, konkrétně 86 % souhlasila s přijetím etického kodexu. Pouze 14 % bylo proti.

Otázka č. 16 – Chtěl/a byste se podílet na zpracování etického kodexu?

57 % respondentů by se rádo podílelo na zpracování kodexu, s účelem vytvořit společnou vizi. 43 % je opačného názoru.

Otázka č. 17 – Jak byste chtěl/a být informován/a o zavedení kodexu?

57 % zaměstnanců by uvítalo poradu, na které by byli informováni o etickém kodexu. Zbýlých 43 % uvítalo oficiální email, který by obsahoval dokument o kodexu. Žádný z respondentů nemá zájem o dodatek ke smlouvě.

Otázka č. 18 – Považujete za důležité vzdělávat se v oblasti etiky v podnikání?

100 % respondentů odpovědělo ANO. 83 % zvolilo vzdělávání formou týmové práce, zbylých 17 % by uvítalo pravidelné vzdělávání.

Otázka č. 19 – Souhlasil/a byste s případným postihem za nedodržování kodexu?

71 % respondentů nesouhlasilo s případným postihem, 29 % souhlasilo.

Otázka č. 20 – Chová se k Vám nadřízený eticky?

100 % zaměstnanců považuje chování svého nadřízeného za etické.

Třetí část dotazníku obsahovala pozitivní zjištění. Největším překvapením pro mě byla informace, že manažeři E-Consulting uvažují o zavedení etického kodexu a zaměstnanci jsou ochotní jej přijmout a dodržet. Na vytváření kodexu by se ráda podílela většina respondentů. Manažeři by do procesu rádi zapojili všechny, kterých se kodex bude týkat. Z toho usuzuji, že by se kodex stal týmovou záležitostí. Týmovost je pro E-Consulting velmi důležitá, rádi spolupracují při řešení problémů, navzájem se od sebe učí a podporují se.

Z analýzy odpovědí vyplývá, že by kodex měl mít elektronickou podobu a měl by být dostupný pro všechny na webových stránkách. Za sebe si myslím, že je to dobré řešení.

Zákazníci by mohli získat dojem, že E-Consulting je zodpovědná firma, na kterou se mohou spolehnout. Dalším bonusem by mohla být výhoda oproti konkurenci.

Nejvíce se mi líbilo, že manažeři uvažují o jakékoliv formě postihu, v případě porušení kodexu. Nejvíce respondentů zvolilo neúčast na velkých zakázkách. Myslím si, že je to férové vůči všem ostatním. Vedlo by to ke zvýšení celopodnikového etického chování a zároveň by to donutilo zaměstnance, jež kodex porušil zvážit své jednání.

Další velikou výhodou je dle mého názoru to, že se společnost chová eticky již teď a uvažuje nad dalším rozvojem. 100 % zaměstnanců odpovědělo, že se nadřízení chovají vůči podřízeným eticky, což v dnešní době není zcela běžné. Zároveň je zde také vidět ochota vzdělávat se v oblasti etiky. Mohu doporučit, aby se etický kodex realizoval ve firmě co nejdříve, a to formou týmové spolupráce, která v E-Consulting funguje velmi dobře.

Výsledky dotazníkové šetření vypovídají o tom, že E-Consulting lze považovat za eticky zodpovědnou společnost. Většina respondentů se snaží dodržovat etické zásady při plnění svých každodenních povinností.

2.6 Návrh etického kodexu

Výsledky šetření jsem konzultovala s manažery, kteří se rozhodli etický kodex ve firmě aplikovat. Společně jsme pak došli k rozhodnutí, že na mně bude zpracování návrhu kodexu, což je dalším cílem mé práce.

Při tvorbě návrhu etického kodexu společnosti E-Consulting jsem vycházela z firemních hodnot a zásad. Dále jsem vycházela z výsledků dotazníkového šetření a z informací o struktuře a obsahu kodexu, které jsem uvedla v teoretické části.

Vypracovaný etický kodex vyjadřuje principy chování, které jsou v E-Consulting považované za vhodné. Kodex bude složit jako pomocník při rozhodování, se zamezilo nežádoucímu chování, které je v rozporu s kodexem. Zároveň by měl informovat klienty a veřejnost o tom, že tato společnost dodržuje základní morální principy.

Etický kodex E-Consulting s.r.o.:

1) Preambule

V této části bylo by vhodné, stručně popsat účel kodexu. Vzhledem k odpovědím, které vyplynuly z dotazníkového šetření lze usoudit, že účelem kodexu je stanovení pravidel etického chování a pojmenování hodnot, ze kterých pravidla vychází. Cílem je poté vytvořit společnou vizi. Kodex by měl být povinen pro každého zaměstnance.

2) Stručné představení společnosti

Doporučuji, aby společnost vyjádřila svůj závazek k dodržování etických principů, představila své základní hodnoty a prezentovala se jako společensky odpovědná firma. Šlo by zde krátce uvést i předmět podnikání.

3) Zachovávat dobré jméno E-Consulting

Zaměstnanci by měli jednat tak, aby vždy podpořili a zachovali dobré jméno společnosti. Bylo by také vhodné popsat pravidla jednání jménem společnosti.

4) Zaměření na klienta

Vytváření a udržování dlouhodobých vztahů s klientem je založeno na poctivém a férovém jednání. Doporučuji, aby si společnost stanovila pravidla jednání s klientem, která by byla srozumitelná. Firma by měla nabízet klientovi pouze takové řešení, které je pro něj vhodné a zároveň je shodné se zájmy společnosti.

5) Vzájemná úcta

Daný bod by mohl obsahovat, základní pravidla chování, která jsou založená na respektu, důstojnosti a zdvořilosti. Jak mezi kolegy, tak při styku s klienty. Např. nikdo by neměl být nucen do věcí, na které se necítí, všichni účastníci komunikace by se měli navzájem naslouchat. Měla by panovat rovnováha mezi pracovním a soukromým životem. Diskriminace by měla být tabu.

6) Čestnost a pravdivost

Tento bod by se měl věnovat pravidlům, která jsou podle E-Consulting považována za čestná a pravdivá. Jedná se například o jednání v souladu s právními předpisy, dodržování

smluvních dohod, uznání vlastních chyb, nezatajování podstatných informací, férové jednání, pravdivé informace.

7) Profesionální přístup

Považuji za důležité napsat, jaké služby společnost nabízí a jak přistupuje k jejich plnění. Zároveň by bylo dobré zdůraznit, že si firma zakládá na důvěře čili nedochází k nežádoucímu vyzrazení informací klientů, zaměstnanců i partnerů. Do profesionálního přístupu bych zahrнула i týmovou práci a vztah zaměstnanců k práci.

8) Společenská odpovědnost

Tento bod by měl obsahovat informace o aktivitách E-Consulting, které přispívají ke společenskému blahu. Jedná se o ochranu lidských práv a svobod, účast pouze na projektech neporušujících zákon. Dále bude odpovědné jednání vůči svému okolí a přispívání k jeho rozvoji. Patří sem i bojovat proti korupci a finančním podvodům.

Pokud bych měla vycházet z odpovědí na otázku, která se týkala postihu za porušení kodexu, navrhovala bych na konec kodexu připsat, v jakých případech se o postihu bude uvažovat a jakou bude mít formu. Z odpovědí vyplivá, že by se mělo jednat o neúčast na velkých zakázkách. Podle mě by při případném porušení, měla by být zvažena účast na všech zakázkách, které společnost vyřizuje, nejen na těch velkých.

2.7 Prezentace kodexu

Z výzkumu vyplynulo, že zaměstnanci i manažeři nejvíce stojí o seznámení s kodexem na firemní poradě. Myslím si, že je to správná volba, jelikož všichni budou moci vyjádřit svůj názor a své stanovisko. Bylo by vhodné, aby manažeři byli připraveni reagovat na jakékoliv námitky a dokázali najít řešení případných sporných otázek. Doporučila bych, aby se po takovéto poradě každý zaměstnanec s kodexem seznámil osobně a na důkaz respektování všech stanovených pravidel jej také podepsal. Jako kontrolu dodržování kodexu bych doporučila pravidelné hodnocení v rámci, kterého mohou být vyjádřeny připomínky, návrhy na možné zlepšení nebo obecné názory.

Dodržování kodexu by mohlo sloužit jako skvělý nástroj k motivaci zaměstnanců. Ti zaměstnanci, kteří by se nikdy nedopustili jakékoliv porušení, by mohli získat nějaké bonusy. Etický kodex by se měl aktivně dodržovat při každodenních činnostech, pokud by byl jen hezky sepsaným papírem, byla by to škoda.

3 Závěr

Cílem mé bakalářské práce bylo zanalyzovat a zhodnotit stav dodržování etických zásad ve společnosti E-Consulting Czech s.r.o. a následně zpracovat návrh etického kodexu. Svou práci jsem začala teoretickou částí, ve které jsem nastudovala a sepsala potřebné informace o etice v podnikání. V první části jsem definovala potřebné pojmy, které se v textu objevují. Následně jsem rozepsala zásady podnikatelské etiky a popsala vznik etiky ve světě a v České republice. Jelikož etika v podnikání patří ke společenské odpovědnosti firmy, rozhodla jsem se tomu věnovat jednu podkapitolu. Největším přínosem teoretické části bylo definování důvodů pro etické chování v podnikání a nástrojů, které pomáhají při realizaci.

Praktická část byla zaměřena na analýzu a ověření, zda jsou etické zásady ve společnosti E-Consulting dodržovány. K výsledku jsem dospěla pomocí dotazníkového šetření. Z výsledků vyplynulo, že společnost etické zásady ctí a je pro ně důležité vycházet z firemních hodnot při plnění každého úkolu. Firma je si vědoma toho, že dodržování etiky je v dnešní době konkurenční výhodou, a proto jsou ochotni se nadále etikou zabývat. Díky tomu panuje na pracovišti příjemná a přátelská atmosféra, zaměstnanci jsou s chováním nadřízených spokojeni. Podstatným nedostatkem je fluktuace zaměstnanců, který vyplývá z délky pracovního poměru. Bylo by vhodné zpracovat na motivaci anebo zjistit v čem je pravá podstata tohoto problému. Vztah k etickému kodexu je pozitivní, jak u manažerů, tak u zaměstnanců. Všichni jsou ochotní kodex přijmout a dodržovat. Po vyhodnocení všech odpovědí jsem upozornila na slabá místa a pokusila jsem se navrhnout řešení.

Považuji stanovený cíl za splněný. Přínosem mé práce je zhotovení dotazníku a jeho vyhodnocení, které slouží manažerům společnosti jako podklad, vhodný k zamyšlení nad změnami z hlediska etiky v podnikání a případně implementaci etického kodexu.

E-Consulting Czech s.r.o. je úspěšná společnost nabízející služby v oblasti účetnictví. Z hlediska etiky ji lze považovat za zodpovědnou firmu, která si však i s přispěním mého výzkumu uvědomuje některé nedostatky a je připravená je řešit.

Seznam použité literatury

- ANZENBACHER, Arno, 2004. *Křesťanská sociální etika: úvod a principy*. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury. ISBN 8073250306.
- BLÁHA, Jiří a Zdeněk DYTRT, 2003. *Manažerská etika*. Praha: Management Press. ISBN 8072610848.
- BOHATÁ, Marie, 1997. *Základy hospodářské etiky*. Praha: Vysoká škola ekonomická. ISBN 8070794283.
- ČANÍK, P., ŘEZBOVÁ, L., van ZAVREL, T.: *Metody a nástroje podnikatelské etiky*. Praha, VŠE 2005.
- DYTRT, Zdeněk, 2006. *Etika v podnikatelském prostředí*. Praha: Grada. ISBN 8024715899.
- DYTRT, Zdeněk, 2006. *Dobré jméno firmy*. Praha: Alfa Publishing. Management studium. ISBN 8086851451.
- FERRELL, O. C., John. FRAEDRICH a Linda. FERRELL, 2008. *Business ethics: ethical decision making and cases*. Tenth edition. ISBN 9781285423715.
- GIDDENS, Anthony, SUTTON, Philip W., ed., 2013. *Sociologie*. Praha: Argo. ISBN 9788025708071.
- KOTLER, Philip a Kevin Lane KELLER, 2007. *Marketing management*. Praha: Grada. ISBN 9788024713595.
- PUTNOVÁ, Anna a Pavel SEKNIČKA, 2007. *Etické řízení ve firmě: nástroje a metody : etický a sociální audit*. Praha: Grada. ISBN 9788024716213.
- SEKNIČKA, Pavel, 2001. *Úvod do hospodářské etiky*. Praha: Codex Bohemia. ISBN 9788085963403.
- SEKNIČKA, Pavel a Anna PUTNOVÁ, 2016. *Etika v podnikání a hodnoty trhu*. Praha: Grada Publishing. ISBN 9788024755458.
- ŠMAJS, Josef, Bohuslav BINKA a Ivo ROLNÝ, 2012. *Etika, ekonomika, příroda*. Praha: Grada. ISBN 9788024742939.
- ŠRONĚK, Ivan, 1995. *Etiketa a etika v podnikání*. Praha: Management Press. ISBN 8085603942.

THOMPSON, Mel, 2004. *Přehled etiky*. Praha: Portál. Filozofie (Portál). ISBN 8071788066.

Internetové zdroje

ČANÍK, P. a P. ČANÍKOVÁ, 2006. *Aplikace metod a nástrojů podnikatelské etiky v českém podnikatelském prostředí, zpracováno pro Transparency International Česká republika* [online]. Praha [cit. 2017-02-25]. Dostupné z: http://transint.xred.cz/doc/ve_amanpe.pdf

FRIEDEL, L., 2003. *Etika v podnikání - Databáze nejlepších praktik, Rotary Club Ostrava* [online]. Ostrava [cit. 2017-02-25]. Dostupné z: <http://bestpractices.cz/seznam-praktik/etika-podnikani/>

FRIEDMAN, M., 1970. The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits. *The New York Times Magazine* [online]. [cit. 2017-01-31]. Dostupné z: <http://umich.edu/~thecore/doc/Friedman.pdf>

KwikSurveys, *KwikSurveys* [online]. [cit. 2017-03-16]. Dostupné z: <https://kwiksurveys.com/>

E-Consulting Czech, *E-Consulting* [online]. [cit. 2017-03-10]. Dostupné z: <https://www.e-cons.cz/>

Transparency International, *Transparency International* [online]. [cit. 2017-02-9]. Dostupné z: <https://www.transparency.cz/>

Seznam obrázků

Obrázek 1 Rozdělení etiky	7
Obrázek 2 Tři soubory faktorů ovlivňujících etické jednání	11
Obrázek 3 Participující skupiny.....	16
Obrázek 4 Logo společnosti E-Consulting.....	25
Obrázek 5 Nabízené služby	26
Obrázek 6 Organizační struktura	27

Seznam grafů

Graf 1 Délka pracovního poměru.....	32
Graf 2 Atmosféra v E-Consulting.....	34
Graf 3 Účel etického kodexu	36
Graf 4 Zapojení do procesu tvorby dotazníku?.....	36
Graf 5 Podoba výsledného dokumentu	37
Graf 6 Zveřejnění kodexu	37
Graf 7 Zajištění dodržování etických principů	38
Graf 8 Druhy postihů	38

Přílohy

Dotazník

Dodržování etických zásad v E-Cons

Vážené respondentky, vážení respondenti

Obracím se na Vás s prosbou o vyplnění mého dotazníku, který poslouží jako podklad pro Bakalářskou práci na téma „Etický kodex jako nástroj podnikatelské etiky“. Účelem dotazníku je analýza dodržování etických zásad ve Vaši firmu a možnosti zavedení etického kodexu.

Dotazník je zcela anonymní. Většina otázek je uzavřená, prosím vybírejte odpovědi, které Vám nejvíce vyhovují.

Děkuji Vám za Váš čas

Elvira Bors

studentka MÚVS ČVUT

Obecná část:

1. Pohlaví
 - Muž
 - Žena
2. Věková kategorie
 - 25-34
 - 35-44
 - 45 a více
3. Nejvýše dosažené vzdělání
 - Základní
 - Střední odborné s výučním listem
 - Střední odborné bez maturity a výučního listu
 - Střední odborné s maturitou
 - Vyšší odborné vzdělání
 - Vysokoškolské vzdělání
4. Jak dlouho pracujete v E-Cons?
 - pole pro zápis čísla
5. Jakou pozici zastáváte v E-Cons?
 - Manažer (senior, HR, marketing, PR)
 - Konsultant

Otázky k etice

6. Setkal/a jste se někdy s pojmem etika v podnikání?

- Ano
- Ne

6a) Pokud ANO – Znáte význam tohoto pojmu? (dokázal/a byste ho říct)

- Ano
- Ne

7. Považujete za důležité, aby podnik jednal eticky?

- Ano
- Ne
- V závislosti na situaci

7a) Napište, prosím, o jakou situaci by se mělo jednat

➤ Pole pro odpověď

8. Považujete etické jednání za konkurenční výhodu?

- Ano
- Ne

9. Dodržujete hodnoty Vaší firmy při plnění každodenních činností?

- Ano
- Ne

10. Považujete etiku v podnikání jako součást strategie firmy?

- Ano
- Ne

11. Poškozuje neetické jednání Vaši firmu?

- Ano
- Ne

11a) pokud Ano – Uveďte prosím příklad

➤ Pole pro odpověď

12. Myslíte si, že je důležité zabývat se etikou v E-Cons?

- Ano
- Ne

13. Jaká atmosféra panuje v E-Cons?

- Příjemná a přátelská
- Důvěrná
- Napjatá
- Chladné vztahy

14. Co byste změnili v E-Cons z pohledu etického chování?

➤ Pole pro odpověď

Otázky k etickému kodexu

Manažeři

15. Uvažoval/a jste o zavedení etického kodexu ve Vaší firmě?

- Ano
- Ne

15a) pokud ne – Napište, prosím, důvod

16. Jaký bude účel kodexu?

- Pojmenovat základní hodnoty
- Vytvořit společnou vizi
- Sestavit soubor pravidel jednání
- Pomoc při rozhodování

17. Koho a jak zapojíte do procesu vytváření kodexu?

- Založíte malou pracovní skupinu
- Zapojí se všichni, koho se kodex bude týkat
- Jen manažerské pozice

18. Jsou zásady obsaženy v kodexu každodenní záležitosti?

- Ano
- Ne

19. Jakou podobu bude mít výsledný dokument?

- Vytištěnou a vystavený v kanceláři
- Elektronickou, bude dostupná jak pro zaměstnance, tak pro veřejnost
- Součást firemních předpisů

20. Jak bude kodex zveřejněn?

- Na webu dostupný pro všechny
- Emailem zaměstnancům
- Na firemní poradě

21. Jak zajistíte dodržování etických principů?

- Součást podnikového vzdělávání a školení
- Motivace k etickému jednání
- Týmová práce
- Mentoring

22. Bude mít porušení etického kodexu nějaký postih?

- Ano
- Ne

22a) Pokud Ano- Jaký?

- Pokuta
- Neúčast na velkých zakázkách
- Odebrání zákazníka

Zaměstnanci

15. Souhlasil/a byste s přijetím etického kodexu?

- Ano
- Ne

16. Chtěl/a byste se podílet na zpracování etického kodexu?

- Ano
- Ne

16a) Pokud Ano - Jaký bude účel kodexu?

- *Pojmenovat základní hodnoty*
- *Vytvořit společnou vizi*
- *Sestavit soubor pravidel jednání*
- *Pomoc při rozhodování*

17. Jak byste chtěl/a být informován/a o zavedení kodexu?

- Na poradě, formou prezentace
- Oficiálním emailem, který bude obsahovat dokument kodexu
- Dodatek ke smlouvě, který bude obsahovat kodex

18. Považujete za důležité vzdělávat se v oblasti etiky v podnikání?

- Ano
- Ne

18a) Pokud Ano – Jaký způsob realizace etiky do každodenní činnosti byste uvítal/a?

- *Pravidelné vzdělávání*
- *Týmová práce*
- *Mentoring*
- *Leader, jako příklad etického jednání*

19. Souhlasil/a byste s případným postihem za nedodržování kodexu?

- Ano
- Ne

20. Chová se k Vám nadřizený eticky?

- Ano
- Ne

